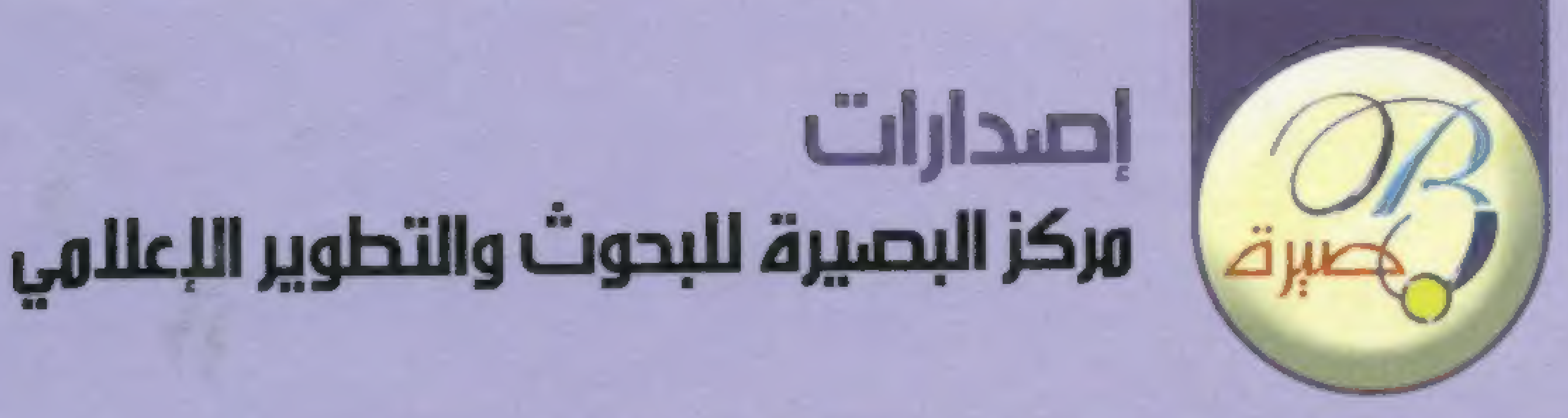




الدعاية والإعلان والعلاقات العامة

في المدونات الإلكترونية

جاسم رمضان الهلالي







[illegible] البحوث [illegible]

الدعاية والإعلان
والعلاقات العامة
في المدونات الإلكترونية

حقوق الطبع محفوظة ©

١٤٣٣هـ-٢٠١٣م

الطبعة الأولى

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
٢٠١٢/٦/٢١٣٠

٦٥٩,١
الهلالي، جاسم رمضان
الدعاية و الإعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية/جاسم رمضان الهلالي .-عمان-دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠١٢
( ) ص.
ر.إ.: ٢١٣٠/ ٦/ ٢٠١٢
الواصفات: /الإعلان التجاري// العلاقات العامة/

تنويه هام

يمنع تصوير هذا الكتاب أو استخدامه بكافة أنواع النشر العادي أو الالكتروني، تحت طائلة المسؤولية القانونية.



العراق- بغداد- الأعظمية

٠٠٩٦٤٧٩٠١٣٨٩٤١٠

٠٠٩٦٤٧٩٠٤٥٣١٤٥٢

EMAIL:
daralfajir@yahoo.com
tahaazz@yahoo.com



دار النفائس
للنشر والتوزيع-الأردن

العبدلي - مقابل مركز جوهرة القدس

ص.ب ٩٢٧٥١١ عمان ١١١٩٠ الأردن

هاتف: ٠٠٩٦٢٦٥٦٩٣٩٤٠

فاكس: ٠٠٩٦٢٦٥٦٩٣٩٤١

Email: ALNAFAES@HOTMAIL.COM

www.al-nafaes.com



الدعاية والإعلان والعلاقات العامة
في المدونات الإلكترونية

جاسم رمضان الهلالي





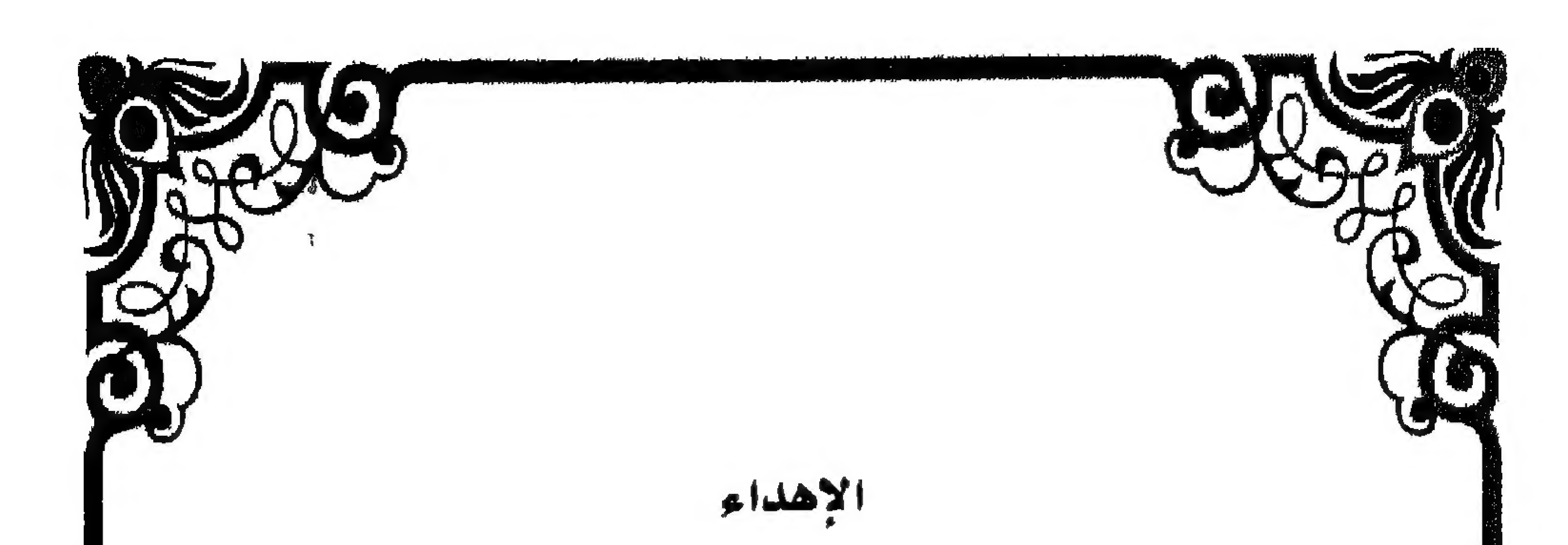
بسم الله الرحمن الرحيم

﴿وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ آيَتَيْنِ فَمَحَوْنَا آيَةَ اللَّيْلِ وَجَعَلْنَا آيَةَ النَّهَارِ مُبْصِرَةً لِتَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ وَلِتَعْلَمُوا عَدَدَ السِّنِينَ وَالْحِسَابَ وَكُلَّ شَيْءٍ فَصَّلْنَاهُ تَفْصِيلًا ﴿١٢﴾﴾

[الإسراء: ١٢]

هذا الكتاب

أصل هذا الكتاب، رسالة أعدت لنيل درجة الماجستير، تقدم بها الباحث الى كلية الاعلام في جامعة بغداد، وحاز على تقدير جيد جداً.



الإهداء

إلى من أوصى الله من عليائه برعايتها وكفالتها

والتي لم تنقطع عني بدعائه والدتي وقرة عيني في هذه الدنيا حفظها الله

إلى من تحمل معي عناء الدراسة لأواصل مسيرتي العلمية زوجتي وأولادي

وتحملوا مني ومعي لوعة السهر لإنجاز بحثي رعاهم الله بحفظه

وإلى كل محب ومخلص سعى إلى مساعدتي

سواء بجهده أو بوجدانه أو بنصيحته

إلى كل من رسم صورة الوطن في أعماقه

وعبر عنها في أنامله ومشاعره وأشاع الحب في أركانه

وإلى كل من دعا ويدعو لي ولغيري بالخير والتوفيق

أهدي هذا الجهد المتواضع

المؤلف



مُقَـدّمَة

الحمد لله رب العالمين على نعمته التي مَنَّ بها علينا سبحانه وتعالى، والصلاة والسلام على سيد المرسلين وخاتم النبيين المبعوث بالحق حبيبي المصطفى محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه أجمعين.

تعد المدونات شكل من الأشكال الحديثة من الكتابة الصحفية على الانترنيت للتعبير عن هموم وتطلعات وأمال وإنجازات المدون، ونشر القصص والتجارب الشخصية، والمناقشات والحوارات حول تفاصيل الحياة اليومية، معززة بالوسائط المتعددة، والعلاقات العامة في المدونات تعمل على قبول فكرة قوة الرأي العام في التأثير على المنشآت والهيئات والمؤسسات والمنظمات ومثيلاتها، وتسعى العلاقات العامة لتحقيق أهدافها بالحصول على تأييد الجمهور وتعاونه، وبما يخدم الجمهور، وإنشاء علاقات طيبة عن طريق وسائل الاتصال المتوفرة لديها.

وتأتي هذه الدراسة لخدمة توظيف المدونات في العلاقات العامة وأنواع المدونات والأساليب الفنية المتبعة فيها ، وغطت الدراسة مفهوم العلاقات العامة على الانترنيت، والمدونات وأنواعها،واستخدام الدعاية والإعلانات في المدونات، وأخيراً تحليل أساليب ومضامين مدونات موقع جيران.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

١- أن المدونات أصبحت تُشكل حلقة من حلقات العلاقات العامة، لأنها تنقل أحداث الدول والمدن والقصبات في العالم وبأساليب مختلفة، وحسب قدرة المدون في إيصال المعلومة للقارئ.

٢- عمد المدونون إلى إرضاء جمهورهم عن طريق إدخال كل جديد وممتع في مدوناتهم بواسطة تحديثها باستمرار.

٣- وأتاحت هذهِ المدونات لأصحاب المواهب كافة سواء شخصية أو أدبية أو علمية أو فنية أو رياضية أو تجارية أو أحزاب وقوى سياسية للتعبير عن أفكارهم ومشاريعهم عبر مدوناتهم .

وتم استنتاج عن ذلك:

١- أن المدون فرض أُسلوبه وصياغته وقوة تعبيره على المتصفح للانترنيت وكسب جمهوراً يتفاعل معه من مختلف دول العالم، خاصة أن المدونات اكتسحت العالم بأسره ومنها الدول العربية عامة والعراق خاصة.

٢- تم تقسيم التدوين حسب التسلسل والزمن،وكان التدوين غير المنتظم هو الأكثر، مستخدماً من خلال عينة البحث عن طريق تقسيم النشر حسب التسلسل الزمني.

٣- أخذت الدعاية في المدونات أشكالاً عدة، وكانت الدعاية الشخصية في المرتبة الأولى وبلغت نسبة ٨٠٪، ودعاية المؤسسات الإنتاجية والخدمية بلغت نسبة ١٣٪، والشخصيات المهنية ٤٪، ومنظمات وأحزاب نسبة ٣٪.

وقد أوصى الباحث بعدد من التوصيات منها :

١- التوسع في فتح ورش العمل بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني لإنشاء مدونات عراقية رصينة، ترصد الواقع، وتعمل على إعلاء الشأن العراقي وإنجازات شعبه في المجالات كافة، كما وتعكس قدرة العراقيين على تطويع هذا الجانب التقني لخدمة العراق وشعبه، وكما هو معمول به في عدد من الدول العربية .

٢- العمل على خلق تجمع أو اتحاد للمدونين العراقيين لتنظيم عملهم ودعمهم ورعايتهم كما هو معمول به في أغلب الدول العربية، والإسهام من خلال

تطوير المدونات وخلق حالة التنافس النزيهة بينهم.

٣- إيجاد وسائل للمنافسة بين المدونين عن طريق إقامة المسابقات المحلية والدولية بين المدونين وحسب محتوى المدونات، وهذا الأسلوب بادرت به ألمانيا قبل خمس سنوات، وتبعها عدد من الدول في العالم ومنها مصر.

الفصل الأول: الاطار المنهجي

وفيه:

أولاً:مشكلة البحث

ثانياً:أهمية البحث

ثالثاً:أهداف البحث

رابعاً:منهج البحث

خامساً:مجالات البحث

سادساً:مجتمع البحث وعينته

سابعاً: أدوات البحث وطرقه

ثامناً: الدراسات السابقة

أولاً:- مشكلة البحث:

ازداد دور العلاقات العامة واتسع بتطور الوسائط المتعددة في (الانترنيت) وتعاظم بإدخال وسائل الاتصال التقنية، واستخدام الوسائط كحزمة واحدة في عمل العلاقات العامة، مما اقتضى ذلك دراسة الموضوع وفق منهج علمي، ومعرفة المشكلة التي تعيق التوسع والتطور، والتي تعد من أهم مراحل البحث العلمي وأصعبها وأدقها، واختيارها وتحديد حدود عرضها، بعد أن دخل الانترنيت في حياة الفرد والمؤسسة والمجتمع في جميع أنحاء العالم، وحطم العديد من القيود الجغرافية والسياسية واللغوية، وأصبح من أهم ميزات العصر في التفاعل والتناغم والتواصل بين الشعوب.

وتسعى الدراسة إلى استخدام المدونات في العلاقات العامة، وللاستفادة منها في عمل العلاقات العامة؛ لأنها أصبحت عملية متشابكة، وتمثل المدونات إحدى واجهات الدعاية والإعلان عبر الانترنيت بعد توسع دورها، فلا تخلو المدونات التي تصدر من مواقع الكترونية كبيرة من أكثر من إعلان في واجهتها وصفحاتها الأخرى، مما أعطى انطباعاً للمستفيد عن مستوى هذهِ الوسيلة في تحديد مقدار الثقة والتعامل معها على أساس قدرتها في الانتشار السريع، وعدد المتصفحين لها الذي يزداد يوماً بعد آخر.

واتسم هذا البحث في معرفة مدى توظيف المواقع الالكترونية لنشر المدونات واستخدام المدونات كواجهات إعلانية أو للدعاية، ولذلك يتطلب البحث إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

١- ما مدى استعمال (الانترنيت) للمدونات والاستفادة منها في العلاقات العامة؟

٢- ما مضامين المدونات في الترويج الفكري والمادي والمعنوي في كل صنوفه عبر المواقع الالكترونية؟

٣- ما لغة عرض المدونات؟ وما أكثرها رواجاً في الوصول للجمهور عبر الموقع؟ وأي اللغات المستعملة أكثر من غيرها في عرض الإعلانات عبر الموقع؟

٤- ما التقنيات الفنية المرئية المستخدمة في مدونات الوسائط المتعددة في المدونة في الموقع؟

٥- ما التحديثات التي تطرأ على المدونة بصفتها شكلاً من أشكال الصحافة الرقمية عبر الانترنيت؟

٦- ما الأساليب الفنية المستعملة في الإعلانات المنشورة في المدونات؟

٧- ما أنواع الإعلانات الالكترونية الرائجة في المدونات عبر الموقع؟

٨- مَن مِن الجنسين أكثر استعمالاً للمدونات؟

٩- ما أساليب الدعاية في المدونات في موقع جيران؟

١٠- ما صيغة عرض المؤسسات الخدمية والإنتاجية في المدونات؟

١١- ما الأساليب التي استعملت في المدونات للدعاية الشخصية والترويج للمدونة؟

ثانياً: أهمية البحث:

شهدت المواقع الالكترونية بكل مفاصلها الفنية والتقنية تطوراً كبيراً في استخدام مختلف المجالات العلمية، مستفيدة من الأنظمة الالكترونية الحديثة، ومن بين المفاصل التي غزت الشبكة في خضم هذا التطور السريع هي المدونات الالكترونية والاستفادة منها في استخدام الإعلان الالكتروني في داخلها وفي مقدمة هذه الوسائل الوسائط المتعددة.

ويمكن الدخول في تفعيل أكثر لأهمية البحث لما يمثله البحث من أهمية في دراسة الموضوعات التي تتعلق بالانترنيت وصولاً إلى الموضوعات التي تتعلق بالمدونات الالكترونية كجزء من تطبيقات الانترنيت لكون المدونات الالكترونية تحظى بنسبة انتشار كبيرة قياساً إلى العدد الكبير للمواقع الالكترونية، وما يمكن توظيفه في محتوى ومضمون هذه المدونات وتأثيرها سواء في العلاقات العامة أو الإعلان.

ثالثاً: أهداف البحث:

هدف البحث محاولة الإجابة عن تساؤلات البحث إضافة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

١- التعريف بالمدونات وأنواعها، والأساليب الفنية المتبعة فيها، وأنواع الإعلانات المستخدمة فيها، وأوجه الدعاية التي ينطلق منها المدون في مدونته.

٢- تحديد الأساليب التي تربط العلاقات العامة بالمدونات عبر الانترنيت والسبل الكفيلة لضمان استخدام المدونات في العلاقات العامة.

٣- تحديد اللغات المستخدمة في المدونات وفي الإعلانات.

٤- الوقوف على قدرة المدونين في استخدام التقنيات الحديثة.

٥- مدى تفاعل المدونات العربية مع الأحداث والقضايا المحلية وحجم السوق في استخدام المدونات.

٦- تحديد عدد المؤسسات الخدمية والإنتاجية التي تستخدم مدونات خاصة بها.

٧- الوقوف على أبرز المدونات الخاصة بالمنظمات والأحزاب السياسية في موقع جيران.

٨- معرفة الأساليب الفنية في عرض الصفحة الشخصية للمدون.

رابعاً: منهج البحث:

تركز الدراسات الجامعية ومنها العليا في فتح نقاط وآفاق جديدة في الموضوعات التي تدرسها أكثر من تركيزها في عملية التحصيل فقط، عن طريق تكوين جيل من الباحثين المتخصصين في مجال علمي معين، مما يقتضي تسليحهم بأدوات البحث العلمي وطرقه ومنهاجه وخطواته وحدوده، وتنمية مهاراتهم في استخدام طرق البحث العلمي- ومن هنا فإن ما يقصد بمنهج البحث: (الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقائق في العلوم المختلفة بوساطة مجموعة أو طائفة من القواعد والتي تهيمن على العقل وتحدد عملياته من أجل الوصول عن طريق ذلك إلى نتائج معلومة)[١].

ولغرض الوصول إلى نتائج علمية يعتمد عليها لابد من أن يحرص الباحث على وصف الوضع الراهن للظاهرة عن طريق رصدها، وفهم مضمونها، أو الحصول على أوصاف دقيقة تفصيلية لها بغية الإجابة عن الأسئلة التي تطرحها، والمشكلات التي تدرسها، ويعرف المنهج الوصفي بأنه: (أُسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات، كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد أو فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك للحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة)[٢].

كما اتبع الباحث الدراسة المسحية بهدف وصف وتحليل الواقع التطبيقي

---

(١) صالح بن حمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية،الرياض شركة العبيكان للطباعة والنشر،١٩٨٩،ص٦٧.

(٢) د. رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي أساسيات النظرية وممارساته العلمية، دار الفكر المعاصر، دمشق،٢٠٠٠، ص١٨٣.

والعملي لموقع مجتمع البحث للتعرف على أهم المتغيرات في أثناء فترة الدراسة والذي يعد واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية لاهتمامه بدراسة الظروف المختلفة في مجتمع معين بقصد تجميع الحقائق واستخلاص النتائج المهمة اللازمة لحل مشاكل مجتمع الدراسة.

خامساً: حدود البحث:

تتضمن مجالات البحث حدود الدراسة التي ينبغي أن تقف كل دراسة علمية عند مجالات معينة على أساس أن الدراسة الواحدة لا تستطيع أن تحيط بكل المتغيرات والعوامل المختلفة وتتمثل مجالات هذهِ الدراسة في كل من:

١-**الحدود والمكان:** اقتصرت الدراسة على موقع واحد للحصول على معلومات علمية بحثية، إذ تم اختيار (**موقع جيران**) لكونه من المواقع المتميزة في استضافة المدونات لإنجاز البحث، والسبب في ذلك عدم وجود قيود على حركة التدوين وبإمكان أي شخص أن ينشئ لنفسه مدونة ولا يكون ملزماً بوضع بيانات دقيقة عن نفسه أو عن البلد الذي ينتمي إليه.

٢- **الحدود الزمانية:** حدد مجتمع الدراسة للمدونات الجديدة لشهر تموز عام ٢٠٠٨ والتي جاءت متزامنة مع إعلان الموقع بالوصول إلى ١٠٠ ألف مدونة منذ إنشاء أول مدونة في شهر تشرين الثاني عام ٢٠٠٥م.

سادساً:- مجتمع البحث وعينته:

اختار الباحث موقع جيران من بين المواقع العربية التي تستضيف المدونات واختار العينة بعد إجراء دراسة استطلاعية لعدد من المواقع والتي تبين أن موقع جيران أول موقع عربي يحصر عدد مدوناته رسمياً، ووصل عددها نهاية تموز ٢٠٠٨ إلى (١٠٠) ألف مدونة، وتم حصر البحث بالمدونات الجديدة لشهر تموز والتي

بلغت حدود (٥١٦٣) مدونة، وتم تصفية هذا العدد من المدونات بعد إبعاد المدونات التي أخذ أصحابها تسلسلاً ولم يستمروا في وضع محتوى فيها مما حدا لموقع جيران وضع علامة حجز عليها (كونها خالية من المحتوى)، إضافة إلى المدونات المكررة بالاسم نفسه في الموقع خلال هذا الشهر حتى تم حصرها ب(٢٦١٠) كمجتمع بحث وعن طريق استخدام العينة العشوائية المنتظمة تم اختيار (٢٦١) مدونة لإجراء البحث عليها عن طريق البدء بالرقم واحد من المدونات الجديدة لشهر تموز إلى الرقم (٨٧) وهكذا إلى الرقم (١٧٤) وإلى الرقم (٢٦١)... وصولاً إلى (٢٦١٠) لأن هناك صعوبة في تقدير عدد المدونات العربية بسبب عدم وجود عمليات أرشفة منظمة لها ولا أدلة Directories دقيقة بشأنها، ولهذا تم اختيار هذهِ العينة التي جاءت انسجاماً مع ما قدمه الموقع من تحديثات واستيعاب هذا العدد من المدونات العربية وتقديم الجديد، بعد أن أشيع وانتشر موضوع المدونات في كل أرجاء العالم، وأصبح الأفراد والجماعات والمؤسسات تنشئ لها مدونات على (النت) واستغلالها في العلاقات العامة.

سابعاً: أدوات البحث وطرائقه:

لغرض إنجاز متطلبات البحث أو إظهاره بالمظهر العلمي المقبول فإن الباحث قد استعان بالأدوات الآتية لغرض إنجازه:

١-اللقاءات: تم إجراء عدد من اللقاءات مع المسؤولين في أقسام الموقع موضع الدراسة عن طريق الانترنيت والرسائل، سبقتها اتصالات هاتفية مع مسؤولة المدونات في الموقع ومراسلتها عبر البريد الالكتروني للإجابة عن بعض الأسئلة التي تفيد موضوع البحث، والمتعلقة بأهم الأساليب الفنية المستخدمة في إنشاء المدونات، وتم التأكد من العينة من قبل الشركة أو الموقع لإنجاح البحث والاستفسار عن أساليب الإعلان الحديثة المستخدمة في الموقع.

٢-استمارة تحليل الفئات: اعتمد الباحث على استخدام الفئات التي جمعت العينة عن طريقها[1]، إذ تضمنت الاستمارة مجموعة من الفئات التي يمكن احتسابها عن طريق تسجيل عينة البحث، وقد أُجريت تعديلات في استمارة البحث بعد عرضها على المحكمين يمكن الاطلاع عليها ضمن الملاحق.

الملاحظة: ويقصد بها في مجال البحث العلمي المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر أو لمجموعة منها بالاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذهِ الظواهر، وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلة فيها، تعطي الملاحظات معلومات لا يمكن الحصول عليها أحياناً باستخدام الطرق الأُخرى لجميع المعلومات الاستبيانية، المقابلة الوثائق وتعرف الملاحظة بأنها عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظاهرة والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف بقصد التفسير، وتحديد العلاقة بين المتغيرات، والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية حاجاته[2]، وحاول الباحث كشف تفصيل الظاهرات والعلاقات الخفية أو الظاهرة التي يحتمل أن توجد بين عناصرها أو بينها وبين الظاهرات الأُخرى في بحثه.

ثامناً: الدراسات السابقة:

نظراً لحداثة المدونات وانتشارها في العالم وسرعة اتساعها فإن عدد الدراسات

---

(١) سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، مكتبة عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٩، ص١٨٢.

(٢) شيماء إسماعيل عباس إسماعيل، المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية مصدراً للمعلومات، بحث علمي ضمن متطلبات رسالة الماجستير قدم لقسم المكتبات والوثائق والمعلومات، كلية الآداب-جامعة القاهرة ٢٠٠٧.

التي تناولت المدونات محدودة في الوطن العربي ومن هذهِ الدراسات:

المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية مصدراً للمعلومات مع إشارة خاصة لمدونات المكتبات ومدونات المكتبتين، وتناولت الدراسة المدونات المصرية ومدونات المكتبات ومدونات المكتبين على الشبكة العالمية الانترنيت بصفتها أحد مصادر المعلومات الالكترونية التي خلفتها لنا تكنولوجيا المعلومات والاتصال في نهاية القرن العشرين.

وقدمت الدراسة مفهوماً للمدونة الالكترونية ودراسة نشأتها التاريخية ومراحل تطورها وأسباب شهرتها وانتشارها بين مستخدمي الانترنيت إضافة إلى استعراض البرمجيات التي تستخدم في إنشاء المدونة وأدلة البحث المستخدمة في البحث عنها إضافة إلى معرفة خصائص المدونة الناجحة عن طريق التركيز في المدونات المصرية، وتقديم عدد من النماذج الأكثر شهرة منها، وأشارت الدراسة إلى العلاقات بين المدونة والسياسة وتم تخصيص مبحث عن المدونات في مجال المكتبات والمعلومات من حيث المفهوم والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، والأدلة التي تحصرها، وأنواعها المختلفة، وعرض نماذج ما هو متاح منها على الشبكة العنكبوتية العالمية على المستوى العربي والعالمي على حد سواء، ومن ثم استجلاء طبيعة ذلك المصدر ومعرفة كافة زواياه قدر المستطاع، وأشارت الدراسة إلى أن المدونات تعد كمصدر للمعلومات على الشبكة العالمية (web) تتسم بالتراكم والزيادة المستمرة والسريعة ثانية بعد الأُخرى على عكس الأشكال التقليدية الأُخرى من مصادر المعلومات، وذلك يعني وجود محتويات لمصادر لا متناهية، وفي الوقت نفسه هذهِ المحتويات تتيح القدرة على المشاركة والانخراط المدني في البناء والأخبار في المجتمع، وهذهِ الزيادة في ظل عدم وجود أدلة ومحركات بحث قوية، وكشافات لمحتويات المدونات العربية، وعدم التنظيم، يحتاج إلى التقويم والتبويب والتصنيف حتى يمكن استغلاله الاستغلال الأمثل في المجالات كافة مما

يستوجب معرفة محتوياته كماً ونوعاً، وما تعكسه من أبعاد وتمثيل للواقع الفعلي.

كما توصل البحث إلى أن المدونات في عالم المكتبات والمعلومات مصدر جديد يحتاج إلى معرفة كيفية الاستفادة منه في المكتبات ومرافق المعلومات لزيادة التواصل والاتصال والتفاعل مع المستفيدين وبين اختصاصي المكتبات والمتخصصين بعضهم مع بعضهم الآخر، وتحسين خدمة المكتبة والترويج لها وكيفية تطويعه لخدمة المكتبات ومهنة المعلومات بمناقشة قضاياها والأحداث الجارية على الساحة المكتبية، ومساعدة الباحثين المكتبيين في التنمية المهنية.

دراسة المدونات المصرية فضاء اجتماعي جديد[1]، أثبتت الدراسة أن موطن قوة المدونات وضعفها في الوقت نفسه هو عدم وجود رقابة عليها، وعدم وجود وسيط بين المدونين والجمهور، وعدم خضوع المدونات للتحكم، مما يطرح تحفظات سياسية وأخلاقية حول مضمونها، وأن عدد المدونات وصل إلى ٧٠ مليون مدونة وأنه في كل دقيقة تم إنشاء ٨٤ مدونة يومياً.

كما أثبتت الدراسة أن المدونات أدوات مهمة في تشكيل مجتمع الديموقراطية ومع ذلك فإن عالم التدوين يشهد خلطاً بين المعرفة والشائعات، وخلصت الدراسة إلى أن عام ٢٠٠٧ شهد تزايداً واضحاً في عدد اللغات التي تستخدم في التدوين، وكونت مجموعة ضمت أكبر مئة لغة في عالم التدوين، وضمت القائمة أهم عشر لغات يتم التدوين بها منها سبع لغات أُوربية إلى جانب ثلاث لغات آسيوية وهي اليابانية والصينية والفارسية، واختفت اللغة العربية من القائمة، وكان نصيب اللغة اليابانية ٣٧٪، تليها الإنكليزية بنسبة ٣٦٪، وكانت اللغة الفارسية في آخر القائمة

---

(١) سعيد المصري وآخرون ،المدونات المصرية فضاء اجتماعي جديد،دراسة علمية لمركز المعلومات التابع لمجلس الوزراء المصري على الانترنيت، وشملت مقدمة وحقائق مهمة وأربعة أقسام: الأول ظاهرة المدونات والثاني ملامح المدونات المصرية، محتوى المدونات المصرية والرابع المدونون المصريون،.

بنسبة ١٪، وشملت ٧٠٠ ألف مدونة، فيما ضمت لغات العالم الأُخرى ٥٪ مجتمعة.

وهذه الدراسات تعد خطوات على طريق إعلام الرأي العام العربي بأهمية المدونات ودورها كصحافة شعبية وأحياناً شخصية تتبلور مفاهيمها لتكون في متناول مستخدمي الانترنيت العرب، وبحثنا يكشف دور المدونات في عمل العلاقات العامة.

الفصل الثاني

العلاقات العامة في الانترنيت

وفيه المباحث التالية:

المبحث الاول:العلاقات العامة والانترنيت

المبحث الثاني:المواقع الالكترونية

المبحث الثالث: الإعلان الالكتروني

المبحث الأول

العلاقات العامة وشبكة الانترنيت

شهد العالم قفزات كبيرة في ميدان الاتصالات الحديثة وأجهزتها، وأصبح عصرنا يعرف بـ(عصر المعلومات) مما ترك أثراً فعالاً وواضحاً في كل الأنشطة الإدارية ومنها العلاقات العامة، وإن سرعة تجهيز المعلومات، وإعداد النشرات باستخدام أجهزة الطباعة السريعة، جعل إمكانية إجراء المسح، وتقديم النشرات الإخبارية، وطباعة الكراسات والكتب والأدلة، وتقديم الدراسات المتعلقة بالمنظمة أو المؤسسة عملية سهلة بشكل لا يقارن بما سبقه. وبهذا يعد الحاسب الآلي ضرورياً لميزاته وفوائده في حل المسائل والمعادلات، وإعداد الجداول وحفظ المعلومات والملفات الهائلة باستيعابه الضخم، وأصبح ضرورة أساسية في الطباعة بلغات متعددة، وإنجاز التصاميم الفنية والعلمية، والاتصال بالفاكس، مما حفز وشجع وألزم موظفي العلاقات العامة على ضرورة استخدام الأجهزة التكنولوجية المتطورة[1]. وأصبحت تقنيات المعلومات والانترنيت بشكل خاص ضرورة حيوية ملحة للشركات والمؤسسات لكي تتنافس في السوق العالمية أو المحلية للدول التي تشهد نمواً اقتصادياً مميزاً، فأصبح الانترنيت وسيلة من وسائل العرض على المستهلكين لوصولها إلى المنازل والمكاتب والملاهي والمقاهي والشركات والمؤسسات بلا اعتراض أو تردد، وهي سهلة المنال، ورخيصة التكلفة، مما يزيد التفاعل بين المستهلكين والشركات وبين الشركات نفسها بفضل التجارة والعلاقات الالكترونية، وأصبح أسلوب العمل نحو الشراكة أو المشاركة وذكر WARREN NEW MAN في عام ١٩٩٥ وهو الرئيس السابق لمعهد العلاقات العامة في الولايات المتحدة عن دور للعلاقات العامة عبر الانترنيت بقوله: (إن الانترنيت هي علاقات عامة)[2].

---

(١) ديفيد فيلبس، العلاقات العامة عبر الانترنيت، القاهرة ، دار الفاروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤،ص٢٠

(٢) ديفيد فيلبس ، المصدر نفسه، ص٢٧.

ومع التقدم والتطور الذي نشهده اليوم في المجال التقني والفني للانترنيت توسعت قاعدة الفئات المستخدمة له وتنوعت، مما أبرز حاجات ومستجدات لمواكبة هذا التوسع سواء على مستوى السوق العالمي أو السوق التقني، وهذا يلحق به توسع لقاعدة البحث عن المعلومات والشركات وقراءة الأخبار على صفحات الجرائد مباشرة على (النت) والحصول على معلومات تتعلق بالسفر والفنادق والأماكن الترفيهية، وكذلك البحث عن معلومات تمويلية أو بالتسويق المباشر أو البحث عن الوظيفة.

وشهدت العلاقات العامة تطورات كبيرة عبر مسيرتها عن طريق الدراسات الأكاديمية والمتخصصين في فعاليات وبرامج أية منظمة أو مؤسسة ومنها (تطوير التسويق سواء في المنتج أو السعر أو الترويج أو التوزيع أو الخدمات أو البيع القطاعي أو بحث السوق وخطته وإدارته وإعطاء مفاهيم للترويج، ومنها الإعلان والعلامة التجارية والتسويق المباشر ووضع المنتج والمبيعات، وتطوير إعلام العلاقات العامة وترويج المبيعات وخدمة الزبائن أو المشترين، وهذهِ كلها تكون عن طريق وسائل الترويج OUT- OF HOME عبر الانترنيت والتسويق الرقمي POINT OF SALE NOVE (T-YITEMES) والتسويق عبر الألعاب على الشبكة WORD OF MOUTH)[1].

وأحدث الانترنيت ثورة هائلة في عالم العلاقات العامة ولم يقتصر تأثيرها في تغيير طرق التواصل التي يتبعها المتخصصون في هذا المجال بل وسع نشاطات وفعاليات العلاقات العامة كلياً وجزئياً، وقبل أن ندخل في أعماق العلاقات العامة والانترنيت لابد أن نقف على المفاهيم العامة التي ينطلق منها القائمون على العلاقات العامة في أداء أعمالهم(فالعلاقات العامة وجدت منذ آلاف السنين إلا

---

(١) موقع إسلام أون لاين www.islamonline.net/arabicleconomics/2004/4/arabic.

أن وجودها كعلم له قواعده وأصوله لم يتحقق إلا في الآونة الأخيرة، وإن الاختلاف في تحديد مفهوم العلاقات العامة لا يزال قائماً)[1] فتختلف النظرة إلى هذا الدور باختلاف المسؤولين في قيادة العمل، وإن عدم وضوح هذا الدور يؤدي إلى سلبيات عديدة لعل أهمها تضارب الاختصاصات وعرقلة سيرة العمل، ولاسيما في التنظيم السليم لإدارة العلاقات العامة، مما ينعكس على سوء أداء تلك الإدارة وعدم استطاعتها الوفاء بواجباتها الأساسية، مما يتطلب تعريفاً واضحاً لمفهوم العلاقات العامة، كما أن وضع تعريف واحد لشيء ما أمر ليس بالسهل بالنظر لاختلاف المفاهيم، ومن هذه التعاريف ماذكره إدوارد روبنسون ROBINSON رئيس قسم البحوث بمعهد العلاقات العامة الأمريكية لإبراز محاولات التقنين العلمي للعلاقات العامة، والذي قام بمحاولة لدراسة تحليلية لبعض الحالات العلمية التي صادفت رجال الأعمال في عدد من المؤسسات ذات الأنشطة المختلفة، وتوصل إلى حاجة العلاقات العامة إلى ستة عناصر:

العنصر الأول: فهم عملية الاتصال من الباحثين عن طريق الإعلام أو الاتصال الصاعد من الجماهير إلى الإدارة عن طريق البحوث، وكذلك عبر الرسائل الموجهة من المؤسسة إلى الجماهير بهدف كسب التأييد والتفاهم[2].

والعنصر الثاني: معرفة الأساليب النظرية والعملية لتشكيل الاتجاهات وتغييرها مما يتطلب فهم السلوك البشري ويخضع للدراسات الاجتماعية والنفسية.

والعنصر الثالث: القدرة على التخطيط والتدريب على المهارات الإدارية والتنسيق مع الآخرين، وهذا يتطلب قدرة علمية لرجال العلاقات العامة.

---

(١) هناء حافظ بدوي،العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية نظرية والاتصال الإنساني ومجالات التطبيق، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية،١٩٩٩،ص١٨.

(٢) علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، كلية الإعلام- جامعة القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص٢٢.

والعنصر الرابع: دعا إلى ضرورة رفع العلاقات العامة إلى مستوى الإدارة العامة فبرامج العلاقات العامة لا بد أن تكون منسقة مع سياسات المؤسسة إضافة إلى أن سياسات المؤسسة يجب أن تلتقي مع مصالح الجماهير المختلفة والتي يجب أن تحدد عن طريق بحوث العلاقات العامة.

والعنصر الخامس: أكد أهمية العنصر الأخلاقي في أنشطة العلاقات العامة، وهذا يتضمن الفلسفة العامة للمنظمة وإحساسها بمسؤوليتها الاجتماعية والتزامها الصدق فيما يصدر عنها من معلومات.

والعنصر السادس: شدد على ضرورة رجع الصدى FEEDBACK لأنشطة العلاقات العامة لتقويم مدى فعاليتها في تحقيق الأهداف والتغلب على المشكلات التي نتعامل معها. وفي رأي روبنسون أن العلاقات العامة ما هي إلا ممارسة تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية، وهو بذلك يربط بين تطور العلاقات العامة وتطور العلوم هذهِ)، ويقول: (إنه مع ما للعلاقات العامة من ماضٍ بعيد فإن تاريخها حديث جداً).

وقد استخلص ربنسون من دراسته السابقة التعريف الآتي[1]:

العلاقات العامة كعلم اجتماعي وسلوكي تطبيقي هي تلك الوظيفة التي تتضمن:

١- قياس اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها صلة بالمنظمة وتقويمها وتفسيرها.

٢- تحقيق التوازن بين أهداف المنظمة وأهداف الجماهير المختلفة التي لها صلة بها.

٣- مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة التفاهم والوفاق بين المنظمة وخططها وسياستها، والأفراد العاملين فيها.

---

(١) غلي عجوة،مصدر سابق، ص٢٣.

٤- تخطيط البرامج الراقية وتنفيذها وتقويمها لكسب رضا الجماهير وتفاهمها.

ويعدّ هذا التعريف في نظر أغلب الباحثين في مجال العلاقات العامة أكثر دقة[١] إضافة إلى أنه استند على أساس علمي بواسطة الدراسة التحليلية التي قام بها الباحث، واستفاد من التعريفات السابقة؛ ليتحقق لتعريفه الوضوح والتكامل، فقد أكد هذا التعريف مسؤولية جميع العاملين بالمنظمة في تحقيق التفاهم والوفاق بين المنظمة وجماهيرها عندما لخص قوله بالعلاقات العامة: (مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة التفاهم والوفاق بين المنظمة وجماهيرها، وقبول هذهِ الجماهير لمنتجات المنظمة وخططها وسياستها والأفراد العاملين بها)[٢].

معنى العلاقات كمصطلح: التواصل الناجم عن تفاعل فردين أو أكثر إذ إن العلاقة بين أفراد المجتمع تتحقق من حدوث فعل ورد فعل بينهم، ومع استمرار الفعل ورد الفعل يتحقق التفاعل بينهم. وقد يأخذ هذا التفاعل اتجاهاً إيجابياً فتكون المحصلة علاقات اجتماعية تعاونية تحقق الشد والترابط بين الأفراد، وقد تكون العكس فتؤدي إلى التفكك والتعارض والاختلاف بين الأفراد، فيما يشمل مصطلح العامة الجمهور أو الناس، ومن هنا تشمل العلاقات كل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس أو المجتمع، وهذا يعني تنشيط العلاقات الإنسانية داخل الجماعة الاجتماعية، وتحديد حالات التوافق بينهم، ويكون ذلك عن طريق الإعلام الذي هو ركن إرشادي وتوجيهي يهدف للتثقيف والتوعية، وبهذا تعرّف موسوعة المعارف البريطانية العلاقات العامة: (بأنها إحدى مظاهر النشاطات المتعلقة بتحسين العلاقة بين الهيئة أو المنظمة والمتعاملين معها)[٣].

---

(١) موقع إسلام أون لاين، مصدر سابق.

(٢) علي عجوة، المصدر السابق، ص٢٤.

(٣) محمد حربي حسن وآخرون، العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات، الموصل، دار الكتب، ١٩٩١.

ودور العلاقات العامة لا يقتصر على التعريف بأنشطة الجهاز أو المنظمة بل يمتد لاستقبال المعلومات من الجمهور وعن طريق هذهِ المعلومات يعمل على تطوير المنظمة أو الجهاز إضافة إلى دورها في تلبية رغبات وحاجات الجمهور الداخلي من النواحي المختلفة، وخلق صورة ذهنية إيجابية للمؤسسة لدى الجمهور الخارجي، فالمنظمة أو المنشأة التي تمارس وظيفة العلاقات العامة بفعالية هي تلك التي تنظر إلى هذهِ الوظيفة باتجاهين، فهي لا ترمي منها فقط إلى التأثير في المجتمع بل والتواصل معه بما يهمه ويحتاجه[1]

وتهدف العلاقات العامة في أي مؤسسة أو منظمة خاصة أو عامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن إجمال أهمها وهي:

١-إعلام الجمهور بسياسة تلك المؤسسة أو خدماتها أو منتجاتها حتى يكونوا على بينة واطلاع دائم، وذلك لتوثيق وتيسير التعاون البناء، وتسهم في نقل متطلبات الجمهور وأفكارهم إلى إدارة المؤسسة من أجل دراستها وتلبية احتياجاتها قدر الإمكان[2].

٢-العمل على معرفة متطلبات العاملين في المؤسسة من النواحي الثقافية والترويجية، والعمل على مساعدتهم في حل مشاكلهم، وتشجيعهم على المساهمة في النشاطات الفكرية والاجتماعية، والمشاركة مع إدارة المؤسسات الأُخرى على إعداد المواد الإعلامية والمطبوعات الثقافية والنشرات المتعلقة بأعمال ومنتجات المؤسسة كإدارة التسويق أو الإنتاج أو الأفراد... لتعريف الجمهور بذلك.

٣-الإسهام في توثيق الاتصال بين المؤسسة والجهات أو المنظمات الأُخرى، واستخدام مختلف وسائل الاتصال المكتوبة أو المرئية، أو مختلف وسائل الاتصال

---

(١) هناء حافظ بدوي، ،مصدر سابق،ص٢٣.

(٢) صالح خليل أبو أصبع، ، مصدر سابق، ص٩٦.

الأُخرى كالهاتف والبريد الالكتروني وشبكة الانترنيت.

(ومن هنا فإن لرجل العلاقات العامة دوراً كبيراً في المؤسسة ومهماً؛ لأنه صلة وصل ناجح للبرامج، وكلما ألم معرفة بالمؤسسة كان تمثيله وتكلمه بالنيابة عن الشركة أفضل) وأنه مرتبط بطاقم الموظفين والعملاء والزبائن، ولديه أنواع الاتصال كافة، وقد ينسب إليه تمثيل المؤسسة أو الشركة خارجياً، فهو على علم واتصال بالعاملين كافة[1] .

وتختلف أهداف العلاقات العامة عندما تكون جهازاً من أجهزة الدولة أو الحكومة، ترعاها من قبلها في القطاع الخاص أو الشخصي، باختلاف برامجها وقدراتها على مخاطبة ومحاكاة الجماهير، ويمكن هنا تصنيفها في عدد من الميادين:

١-في الميدان الاقتصادي تسهم العلاقات العامة في تنمية وتشجيع الوعي الادخاري، وترشيد الإنفاق الحكومي، وترشيد الاستهلاك للماء والكهرباء وغيرها من الثروات والعمل على نشر الوعي التأميني في المجتمع، وتقديم الإرشاد والتثقيف في مجالات الصحة والزراعة والتغذية والأمن الصناعي.

٢-في الميدان السياسي يسهم في تنمية الشعور الانتمائي للجماهير ومحاربة الإشاعات والدعايات المغرضة، ونقد الأخطاء والسلبيات للمسؤولين وتقديم النصائح وتعبئة الجماهير للتغيرات.

٣-في الميدان الإداري تعمل على تشجيع مبادرات الإداريين ومعالجة كل المشكلات التي قد تعرقل العمل وتنشيط المناقشات الهادفة إلى التطوير الإداري ونقد الإجراءات والقوانين التي تعيق حرية الإبداع والعمل[2].

بعد دراسة المؤسسة والجمهور تتضح للمخطط جميع المشاكل والعقبات التي تواجه المؤسسة ودور العلاقات العامة في مواجهتها وحلها، وبناء على هذا فلابد

---

(١) إلياس سلوم، تقنية العلاقات العامة، منشورات دار الرضا للنشر، بيروت، ٢٠٠٠، ص٢٣.

(٢) محمد حربي حسن وآخرون، ، مصدر سابق، ص٢٨.

من معرفة الجذور العميقة للمشكلة التي تولدت في تفكير الجمهور للتمكن من إحداث التأثير الفعال وإحداث الأثر المطلوب، ويلخص نيوسوم وكاريل Newsom & Carell تصنيف جمهور العلاقات العامة والوسائل المستخدمة، أن الجمهور الداخلي يمثل الإدارة العليا والوسطى، وتتصل هذهِ الفئة بالمشاركة مع المستخدمين والمساهمين ومجالس الإدارة مباشرة مع اتصال التسويق والزبائن وممثلي المبيعات والتجار والموزعين الموردين والمنافسين وغير مباشرة مع الاتصالات المؤسساتية والزبائن المحتملين ومستثمرين محتملين، أي مساهمين والمجتمع المالي ومجتمع المؤسسة الحكومية، وبالتالي بالمجتمع، وتسهم وسائل الاتصال الشخصي والجمعي من خلال وسائل سمعية وبصرية ومطبوعات وبريد شخصي وترويج المبيعات من خلال المعارض المتخصصة والملصقات وكافة وسائل الإعلام المتاحة للجمهور(١).

مهارات الاتصال في العلاقات العامة:

إن الناحية العلمية التطبيقية في الرسالة هو خلق إرادة جادة لإحداث تغيير في ما يمكن أن يكون هناك ضعف في ممارسة العمل، فالإنسان اجتماعي في طبعه والاتصال هو عبارة عن تبادل المعلومات وتفسيرها بين جهتين، وله أربعة عناصر:

١-القناة أو الوسيلة لنقل الرسائل من مصدر لآخر(٢).

٢-الإرسال: ويتم حينما تختار أفضل الرموز الممكن استخدامها لإظهار ما تفكر به هذهِ الرموز، أما أن تكون كلمات إيحاءات وأما تعابير.

٣-التغذية الاسترجاعية: هو الفهم لاكتمال العملية الاتصالية، ويبين للمرسل

---

(١) صالح خليل أبو أصبع، مصدر سابق، ص١٣٧.

(2) http://tips.nassij.com/detail.asp?InNewsItemID=243480

ما إذا كانت الرسالة قد تم إدراكها أو تفسيرها أم لا، في هذا العنصر تكمن أهمية الاتصال ذي الطرفين؛ لأنه لا يهم أن تتصل بل المهم أن تتصل مع الآخرين حتى تحقق الفائدة من عملية الاتصال[1].

٤-المستقبل ولا بد أن يتم إعداد رسالة واضحة ومفهومة ليتقبلها المستقبل ويتفاعل معها، وتحقق أهداف المنظمة أو المؤسسة.

وبهذا يعرف الاتصال في العلاقات العامة بأنه: (العملية الهادفة إلى نقل وتبادل المعلومات بين طرفي الاتصال، داخل التنظيم أو خارجه، باستخدام وسيلة أو وسائل معينة، خلال إطار موقعي يجمع بينهما لغرض تحقيق التفاعل والتفاهم المتبادل نحو تحقيق الأهداف)[2].

وإن استراتيجيات الإعلام والتعليم والاتصال لا تستوعب ما اصطلح على تسمية الجمهور العام، وذلك لأن النشاطات الاستراتيجية يجب أن تتعامل مع جمهور محدد تحديداً دقيقاً، لذلك فقد ظهر مفهوم تجزئة الجمهور ليتسنى التعامل مع الحاجات الخاصة لكل فئة من الفئات، وهنا نفقد تحديد الفئات المختلفة للجمهور المستهدف، من أجل المساعدة في عملية الاستغلال الأمثل للإمكانات المادية والبشرية، وبهدف تحقيق أفضل درجة من التأثير باستغلال أفضل الوسائل، ومن هنا فإن للاتصال دوراً في التنشئة الاجتماعية، ومع قوة تأثيره فهو لا يستطيع أن يغير فحوى العلاقات بين الأشخاص، ولا جوهر الحياة الاجتماعية، ويكون الاتصال أكثر فاعلية حين تعزز تأثيره عوامل اجتماعية أُخرى، ويكون للرسائل المنقولة انعكاس فعلي في الرأي العام، أو في المصالح القائمة، وإن كل مرافق الاتصال يمكن استعمالها من أجل الجذ والبتر.

---

(١) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، دار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص٩٣.

(٢) محمد حسين حربي وآخرون ، مصدر سابق، ص١٧٩.

وتعد عملية الاتصال في إدارة العلاقات العامة القاعدة الجوهرية لقيادة الأفراد أو الأشخاص المعنيين بهذهِ العملية، سواء كانوا منفذين مباشرين لها أم مستفيدين منها أم مساهمين فيها، وتتطلب تجاوز عمليات التفاعل مع العاملين ومع جمهور المنظمة، وتتنوع وسائل الاتصال وتقنياته بتنوع أهداف العلاقات العامة وتعدد فئات الجمهور، وكل ذلك يعطي خصوصية مميزة للاتصالات في العلاقات العامة أو أنواع الاتصالات أو تقنيتها في العلاقات العامة(١).

أهمية الانترنيت في العلاقات العامة:

استخدمت العلاقات العامة الوسائل التقنية بالوقت الحاضر في الانترنيت وشملت هذه الوسائل مواقع الويب أو البريد الالكتروني، فهي تؤثر في حياة كل شخص يستخدمه، وفي الغالب يكون التأثير غير مباشر، كما ويستخدم الانترنيت اليوم لتسهيل وصول المعلومات إلى العلماء والمهتمين إضافة إلى إدخال السعادة والمرح على الأطفال والكبار، بقدراتها والإمكانات الكافية الكبيرة تمكن من نقل المعلومات والبيانات والترويج للمنتجات والخدمات والتسويق وتوفير المعرفة، وهي قادرة تماماً على تشغيل أجهزة الكومبيوتر والآلات الأُخرى عن بعد(٢). وأصبح الانترنيت جزءاً أساسياً في إنتاج العديد من الأشياء، وجزءاً مكملاً للطباعة والتلفزيون والراديو وأنظمة نقل المعلومات عبر جهاز الكومبيوتر الشخصي والهاتف النقال وتليفون الويب والكتب الالكترونية وأجهزة الكومبيوترات المحمولة التي تتصل بالنت وشاشات اللمس التي تستخدم أكثر شيوعاً في المجتمعات الأكثر ثراءً(٣).

---

(١) محمد حسين حربي، مصدر سابق، ص١٧٩.

(٢) أليسون فيكر، دليل العلاقات العامة مرجع عملي شامل، القاهرة، ترجمة، عبد الحكيم الخزاعي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤، ص٣٤٦.

(٣) اليسون فيكر، المصدر نفسه، ص٣٤١.

وأتاحت الانترنيت الكثير من قنوات الاتصال، ونمت هذهِ القنوات بشكل متزايد يوماً بعد يوم، وتوسعت مدلولاتها وفوائدها، وتطورت أساليبها وصيغها، وتمثل ذلك في البريد الالكتروني، ومواقع الويب، والرسائل الفورية، والدردشة، وقوائم المناقشة، ولوحات الإعلانات، والتلفزيون التفاعلي، ونظم المعلومات، والتصفح الموجود في السيارة، ومازالت هذهِ القائمة في توسع وتزايد إضافة إلى ظهور الكثير من أشكال الاتصال الأُخرى طوال الوقت، مثل البوابات والمراكز التجارية والمزادات على الشبكة تتزايد[1].

وتتوسع قاعدة الفئات المستخدمة للانترنيت كلما حصل تقدم تقني في مجال استخدامه، وتتنوع احتياجاته، مما أبرز حاجات ومستجدات لمواكبة هذا التوسع سواء على مستوى السوق العالمي أو السوق التقني، ومن ثم يسهم في توسع قاعدة البحث عن المعلومات وعن شركات معينة، وقراءة الأخبار على صفحات الصحف مباشرة على ألنت، والحصول على معلومات تتعلق بالسفر والفنادق والأماكن الترفيهية، وكذلك البحث عن معلومات تمويلية أو التسويق المباشر أو البحث عن وظيفة أو سلعة أو شركة تسهم في سد حاجة معينة[2].

إن الانترنيت وفر فرصاً عظيمة لتوظيف المهارات الإبداعية للعاملين في مجال العلاقات العامة ووفر الكثير من الإرشادات التي يمكن تطبيقها لخدمة هذهِ المهارات الإبداعية للمساعدة في ممارسة العلاقات العامة بشكل أفضل [3].

ومع أن شبكة الانترنيت تقدم فرصاً عظيمة فيما يتعلق بالعلاقات العامة فإنها في الوقت نفسه تهديد لها لما تحمله العملية من السعة والتعامل مع جمهور واسع عن

---

(١) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي ،عمان الاردن، دار الشروق، ٢٠٠٦، ص٢٤٦.

(٢) ديفيد فيلبس، مصدر سابق، ص٢٧.

(٣) ديفيد فيلبس، المصدر نفسه، ص٧

طريق الترويج والإعلان والبيع للمنتجات عبر الشبكة العالمية وما يرافقها من مشاكل.

١-إن ممارسي العلاقات العامة تبنوا بالكامل الانترنيت كمتطلبات لاستخدام حملات (العلاقات العامة في قطاع تكنولوجيا المعلومات IT Sector PR)[1] أو استخدام الاتصال المباشر في حملاتهم للوصول إلى المستهلك، ويجدر أن يكون ممارسو العلاقات العامة قادرين على أن يشقوا طريقهم إلى الانترنيت واستخدام البريد الالكتروني بفعالية، وفي دراسة مسحية لبداية استخدام الانترنيت تناولت جمعية استشاري العلاقات العامة (PRCA) في بريطانيا في نيسان عام ١٩٩٩م،دراسة أظهرت أن دخول الانترنيت كان بنسبة ٨٨٪ لمن كان لديهم مواقع WEB و٦٢٪ لمن كان لديهم تكنولوجيا الدخول المباشر على الأخبار NEWSWIRE ومنها: (وكالة رويترز للأنباء) وهذا يعكس جدية العمل لدخول الانترنيت من قبل مسؤولي العلاقات العامة[2].

ونجد ممارسي العلاقات العامة يقعون في موقف تحدٍّ لتكنولوجيا المعلومات، ويشعرون بالضغط المتزايد لتحديث مهاراتهم في مجال قطاع تكنولوجيا المعلومات (IT)بناءً على طلب العملاء، ومنهم العاملون في الصحافة، لأن التقدم التقني والعلمي التكنولوجي يتقدم إلى الأمام يوماً بعد آخر، وأن الكثير أخذ نماذج في قطاع (IT) للسير قدماً، وهنا يقف SHELHOLTE وهو ممارس أمريكي ومؤلف كتاب العلاقات العامة على الانترنيت «PUBLIC RELATIONS ON THE NET»: إن قطاع تكنولوجيا المعلومات يقع سابقاً لتبني صناعة العلاقات العامة تكنولوجيا جديدة عن طريق شق الطريق، وابتكار مفاهيم جديدة تطبق على كل المبادئ الصارمة للاتصالات الفعالة والأخلاقية؛ لأنهم يمثلون الشركات التي تطور التكنولوجيات التي توفر

(١) مصطلحا العلاقات العامة Public Relations وقطاع تكنولوجيا المعلومات IT Sector

(٢) أليسون نيكر، دليل العلاقات العامة موقع عملي شامل، مصدر سابق، ص٣٤٧.

الديناميكية في إمكانية الاتصالات، فلابد أن لايكون لديهم هامش للخطأ؛ لأنهم يتبنون كل قدرات التكنولوجيا التي يروجون لها جنباً إلى جنب مع ما هو أفضل في الاتصالات التقليدية، بل من المتوقع أن تواصل الاتصالات الأخرى النهج نفسه لمجتمع التكنولوجيا العالية HIG-TECH COMMUNITY[(1)].

لقد حولت شبكة الانترنيت الكرة الأرضية إلى سوق واحدة على شكل جديد ومتطور، فهي من الوسائل الاتصالية الحديثة والمهمة، وموسوعة علمية تقدم خدماتها للمستفيدين كافة وفي مجالات عديدة، منها الأبحاث العلمية بكل نواحيها وخدمات الحكومة بكل صورها وأشكالها، ونقلت العلاقات العامة إلى مستوى واسع[(2)]، وأوجد العصر الالكتروني نمطاً جديداً في نشاط العلاقات العامة عن طريق السوق الالكترونية والتجارة الالكترونية التي دفعت المستهلك على ترتيب المعلومات واختيارها، والاقتراب من المنتجات والخدمات التي تهمه، مما جعل العلاقات العامة تستوعب المتخصصين بالإعلان ومراسلي الصحف في وظيفة العلاقات العامة، وسنتكلم عن التجارة الالكترونية والإعلان في الفصل اللاحق، وشجع الانترنيت موظف العلاقات العامة لدخول عالم جديد غير مطروق له سابقاً في كيفية إنجاز الأعمال والتفنن بالعروض التقديمية والطباعة والمعارض وتوصيف ونشر مواقع الويب (ذات المحتوى الجيد) وإعداد قوائم المناقشة، والفيديو السمعي والبصري، والألعاب الالكترونية التفاعلية على الشبكة، والبريد الالكتروني، والرسائل القصيرة، والاستفادة من القنوات الإضافية للاتصال، وكاميرا الويب، والجولة الافتراضية، والمؤثرات عبر الشبكة، والـSMS والويب[(3)].

---

(1) أليسون فيكر، المصدر السابق، ص٣٦٧.

(2) محمد محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، ٢٠٠١، ص١٨٣.

(3) ديفيد فيلبس، مصدر سابق، ص٢٠

وأسهمت الانترنيت بحمل جزء مهم من ثقل الشركة أو المنظمة في مجال الاتصالات، يمكن لأي شخص القيام بها من ذوي الضرورة والأكثر انتظاماً ويخطط للأمر جيداً من أجل أن يؤدي العمل بشكل أكثر إتقاناً بعد أن نمت قنوات الاتصال، وتمثل هذهِ القنوات لرجل العلاقات العامة والمنظمة وسيلة سهلة ومنها: البريد الالكتروني، ومواقع الويب، والرسائل الفورية، والدردشة، وقوائم المناقشة، ولوحات الإعلانات، والتلفزيون التفاعلي، ونظم المعلومات، والتصفح الموجود في السيارة، ومازالت هذهِ القائمة تتزايد يوماً بعد آخر، وإن الأشخاص الذين يستخدمون الانترنيت يتفاعلون مع محتواه، وهم بالفعل في حالة تغير سلوكي مما يتطلب من رجل العلاقات العامة عند البدء بحملات عبر الانترنيت أن يستوعب في وسيلة الاتصال عدداً من المخاطر، تضمن بعض جوانب تكوين الرأي العام وتغيير الاتجاه، والتأثيرات على السلوك، وهذا يغير من الجوانب المهمة[1].

وستشهد المرحلة المقبلة نقلة نوعية للعلاقات العامة عبر الانترنيت عن طريق استخدام برامج الكمبيوتر المتطورة والتي تسهل الدخول إلى موقع الويب الخاص بموظف العلاقات العامة، وجمع البيانات المتاحة، ثم استخدام قنوات الاتصال الأُخرى الخاصة بالانترنيت، لأن ممارسي العلاقات العامة يمثلون الشركات التي تطور التكنولوجيا التي توفر الحركة المستمرة في إمكانية الاتصال بالجمهور، ونقل التكنولوجيا بسرعة ودقة في مخاطبتهم وتعاملهم اليومي، ومنها استخدام لغة XML[2].

(١) عباس مصطفى صادق ، صحافة الانترنيت قواعد النشر الإلكتروني الصحافي الشبكي،بيروت ، ٢٠٠٣، ص، ٢٣

(٢) برمجة متطورة تسهم في سرعة ودقة نقل الملفات أثناء عمليات البحث والتقصي.

أهمية الثقة في العلاقات العامة عبر الانترنيت:

أصبحت الانترنيت مجالاً فعالاً لتنمية مصداقية وتأييد المنظمة أو الشركة، هناك وعدد من المنظمات يمكن أن تتجاهل هذهِ الإمكانية خاصة مع إمكانية إفرازها تأثيراً قوياً إما سلبياً وإما إيجابياً[١] فعندما يتم استخدام قوة الانترنيت لبناء الثقة، فهذا يدعم سمعة المنظمة، وتكون قادرة على بناء شبكة من العلاقات القوية، والشركاء الذين يكسبون الثقة يكون بإمكانهم القيام بالكثير من الأشياء الجديدة مثل تغيير الأسعار، وإضافة الخدمات، وأداء العمليات بشكل أكثر انسيابية، وهذا يعني أن وجود سمعة جيدة يمكن الوثوق بها، تمنحُ المنظمات حرية وقدرة على المنافسة، وهذا الأمر يجعل موظف العلاقات العامة متابعاً لعالم الانترنيت، ومراقباً مستمراً للمعلومات المتاحة عن المنظمة وما يقوله العالم، بما فيها المعلومات المرسلة التي تم نقلها من الانترنيت عن الشركة أو المنظمة، والمنتجات والخدمات والموضوعات المرتبطة بها، لأن أي شيء يقلل من مستوى الثقة بين المنظمة وجمهورها يعتبر من الأشياء السيئة، ويحتاج إلى علاج وإصلاح على الفور، وقد عبرت ALISON CLARCعن مبدأ الثقة في بحث أعدته اللجنة المشتركة للعلاقات العامة على الانترنيت المنبثقة من معهد العلاقات العامة وجمعية مستشاري العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية[٢]، بقولهم.. إن الخبرة والمعلومات والمعرفة والحرية التجارية تساوي سمعة الشركة، والثقة التي تم منحها مع إقرار الخبراء ومجموعة الميول المشتركة، وهذهِ القيم بالإضافة إلى هوية الشركة التي ينبغي أن تحرص عليها بمنتهى الحماس في عصر الانترنيت.يجب أن تكون مكوناً

(١) موقع مكتوب، موضوع على Smart media ،شركات غيرت العالم،لمعلومات أكثر على:
Smartmediamaktoobblog.com.

(٢)موقع جمعية العلاقات العامة العربيةAarabBublicRelaation Society.

أساسياً من أعراف الشركة إذا أرادت الشركة أن تستمر، وأن تتجاوز تأثيرات تسرب المعلومات وإتاحتها والتي أضافتها الانترنيت على بنية الأعمال. ولهذا فاليوم من غير المنطقي والأخلاقي أن يروج أحد العاملين في العلاقات العامة لموقع لا يتوافق مع هذهِ المبادئ الأساسية، خاصة إذا لم يقم مسؤولي العلاقات العامة بشكل قاطع بنصح العميل أو المنظمة بأن هناك حاجة إلى تأمين مناسب، وزيادة مناسبة في سعة الموقع على الانترنيت، والدعم من الفرع الرئيسي.فعلى موظف العلاقات العامة أن يقوم بدراسة الجمهور الخارجي الذي يتعامل معه جيداً، أو دراسة المنتج الخاص بهذا الجمهور، فهذا الأمر من الأشياء الأساسية للغاية في مجال العلاقات العامة[1]. ودخل مجال العلاقات العامة مهارات جديدة على المستوى العالمي، وأخذ عمل موظفي العلاقات العامة في الشركات يتصف بطبيعة عالية، وعند نشر إحدى المقالات كمبادرة للعلاقات العامة أو تقرير غير رسمي على موقع الويب الخاص بالشركة، يصل موظف العلاقات العامة مباشرة إلى مخاطبة الجمهور الخارجي، وهذهِ هي الفكرة المثيرة حيث إن التحدث إلى العديد من الثقافات عبر ألنت أدى إلى تغير العلاقات العامة على الفور. وسيلة الاتصال هذه أحدثت تطوراً تاريخياً لوسائل الاتصال، وبينت حاجة الناس والمجتمع، وهي أقل ترهلاً وأكثر رشاقة، وذات قدرة على الوصول إلى جماهير أوسع من المتلقين[2].

إن إنشاء علاقات مع شركاء المعلومات على الانترنيت والمتحمسين للمنظمة وإدارة المعلومات والموضوعات والمشاكل المتعلقة بأطراف أُخرى .. تعتبر المهارات الأساسية والضرورية هذهِ الأيام.. مع ضرورة أن تحل الشفافية محل الخديعة، والتعاطف محل الدعاية، والعمل على إمكانية وصول العروض التقديمية إلى المواقع، وإتاحة المعلومات للمحللين والصحفيين، وأن تأخذ دوراً أساسياً في العلاقات

---

(١) محمد حربي حسن وآخرون،مصدر سابق، ص٤٠.

(٢) اليسون فيكر، ،مصدر سابق،ص٣٦٦.

المستقبلية مع الإعلام إضافة إلى الاستعمال الفعال للبريد الالكتروني وشبكة الويب ومصادر الانترنيت الأُخرى لتوسيع هذهِ العلاقات مع الشركاء[1].

ويحتاج موظفو العلاقات العامة إلى معرفة التجوال عبر الانترنيت، وإنشاء مكتبات بالمصادر التي يعتمد عليها على الشبكة، والتفاعل مع المواقع، والاستفادة من الأبحاث التي يتم إجراؤها بشكل جيد على وضع العلاقات العامة في مركز اكتساب المعلومات، ومن هنا تصبح العلاقات العامة مركز المعلومات الأساسية للمنظمة، ومصدراً مهماً وموثوقاً به للمعلومات المهمة المستفادة من المصادر الداخلية والخارجية ويصبح موظف العلاقات العامة مركز الميزة للمنظمة[2].

إن تطور العلاقات العامة مع استخدام الانترنيت وانتشارها أنشأ نوعاً جديداً من العلاقات أُطلق عليها مصطلح (الشبكية) نسبة إلى الترابط الشبكي الذي قامت على أساسه شبكة الانترنيت، والتي يتوقع لها الانتشار والتوسع وربما تكون بديلاً للعلاقات العامة التقليدية، واقتحمت شبكة الانترنيت عالم التسويق لتصنع لنفسها مكاناً متميزاً بين وسائل وطرق التسويق في العالم أجمع، فبكل سهولة يمكنك عمل دعاية لمنتجك أو فكرتك أو مشروعك في المكان الذي تريد، وللفئة التي تختار، ولم يقتصر الأمر على الدعاية والإعلان للمنتجات والأفكار والمشروعات، بل أصبحت الانترنيت وسيلة فعالة ومهمة للبيع داخل البلد وخارجه الذي توجد به إضافة إلى إنشاء مواقع للمنظمة لعرض وبيع السلع وتقديم الخدمات، ومن اختيار الزائر للسلعة، والدخول على صفحة أُخرى بعد التأكد من بيانات وسيلة الدفع والحصول على المبلغ ومعه السلعة المطلوبة، وبكل سهولة يتم إرسالها إلى العميل أو المشتري بواسطة شركات الشحن المنتشرة في كل أنحاء العالم، وهكذا تتم عملية البيع عبر الانترنيت.

---

(١) أحمد بدر، الاتصال والدعاية الدولية، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر، ١٩٩٩، ص٣٢٣.

(٢). محمد حربي حسن وآخرون، مصدر سابق، ص١١٨.

خصائص سلة المشتريات على موقع المنظم[1]:

لم تعد الانترنيت مقتصرة على عملية تبادل المعلومات أو التعارف أو إنشاء صداقات جديدة، بل فتحت شبكة الانترنيت عالم التسويق لتصنع لنفسها مكاناً متميزاً بين وسائل وطرق التسويق في العالم أجمع، ولم يقتصر الأمر على الدعاية والإعلان للمنتجات والأفكار والمشروعات، بل أصبحت الانترنيت وسيلة فعالة ومهمة للبيع داخل وخارج البلد الذي توجد فيه[2]، من خلال موقع الشركة أو المنظمة يمكن عرض وبيع السلعة وتقديم خدمات بمجرد اختيار الزائر للسلعة والدخول على صفحة أخرى للتأكد من بيانات وسيلة الدفع، بعدها يصل المبلغ ومعه السلعة المطلوبة بكل سهولة، ويتم الإرسال للعميل بواسطة شركات الشحن المنتشرة في كل دول العالم، وهذه المواقع تجدد محتوياتها مع رغبة العميل عن طريق الانترنيت بإضافة كل جديد بصورة مستمرة من أجل إدامة التواصل مع الجمهور.

ونزولاً عند رغبة الجمهور من الراغبين بالشراء، يقدم موقع الشركة أو المنظمة العديد من المستلزمات التي تجذب الجمهور، وتدفعه للتفاعل مع موقع المنظمة، ومما تقدم يتبين أن:

١-أقساماً رئيسية وفرعية يضمها الموقع بعدد لا نهائي وبمستويات لا نهائية.

٢-إضافة منتجات بعدد غير محدد، ووصف لكل منتج وصور، وإتاحة الفرصة للزوار بالشراء دون أن يكون عضواً في الموقع أو حسب نظام كل موقع[3].

٣-إضافة عدد لا نهائي من المنتجات إلى سلة الشراء من قبل الزوار، وإعطاء إمكانية للدفع بطرق متعددة.

---

(١) مصطلح يستخدم في كافة مواقع الشركات والمنظمات التي يتم فيها البيع عن طريق النت.

(٢) طلال عبود، التسويق عبر الانترنيت، سوريا، دار الرضا للنشر، ٢٠٠٠، ص٣٤.

(٣) ديفيد فيلبس، مصدر سابق، ص٩٥.

٤-إعطاء إحصائيات للمنتجات الأكثر إضافة إلى سلة الشراء وكذلك المنتجات الأكثر مبيعاً، وإضافة أو تعديل أو حذف أي من بيانات سلة الشراء قبل عملية الدفع(١).

٥-اختيار العدد المناسب من كل منتج ومعرفة تفاصيل الحساب المفصل والإجمالي للمشتري أو المتصفح قبل إجراء عملية الدفع.

وعن طريق الدفع تتم معرفة عملية الشراء ومتابعة إعطاء المنتج للعميل إضافة إلى إمكانية سؤال المشتري عن سبب عدم الشراء إذا قام بإضافة منتجات إلى السلة ثم لم يكمل العملية(٢).

ويعتبر البريد الالكتروني أحد المميزات المهمة على الانترنيت لما يمتاز به من سرعة وتفاعل مع الآخرين، وقدرته على إرسال المعلومات إلى عدد كبير من الأشخاص بسرعة وسهولة، والتسويق عبره من الأمور المميزة للغاية، ويوفر طريقة شخصية للاتصال المباشر مع الجمهور، وله فوائد عديدة منها:

١-اتجاه الحملات التسويقية عبر البريد الالكتروني مباشرة إلى العميل.

٢-نقل الرسائل الصحيحة المحددة.

٣-استجابة الأشخاص مباشرة إلى رسائل البريد الالكتروني.

٤-يتطلب القليل من الجهد من جانب المنظمة والقائم على العلاقات ومن جانب المتلقي إضافة إلى كونه رخيص التكلفة.

وأثبتت السنوات الماضية أن الحملات الترويجية عبر رسائل البريد الالكتروني

---

(١) للمزيد يمكن الاطلاع على موقع Answers: Weblogs Google

(٢) فاربي.فن الإعلان،كيف تنتج وتدير إعلاناً فعالاً وحملة إعلانية ناجحة، القاهرة ترجمة عبد الحكيم الخزامي،دار الفجر للنشر والتوزيع،٢٠٠٤،ص٢١٦.

الشخصية صاحبها أعلى عائد على الاستثمار عند استخدامها بتعقل، ويسمح البريد الالكتروني للشركة أن توزع الرسائل بطرق مختلفة، لتخصيص العديد من الرسائل لتناسب حاجات المتلقين، إضافة إلى أن البريد الالكتروني يمتاز بالمتابعة الدقيقة عن طريق معرفة من زار موقع الويب الخاص بالشركة أو المنظمة، وكم عدد الأشخاص الذين فتحوا الرسائل فقط، وكم عدد الأشخاص الذين مرروا الرسائل إلى الآخرين. ومن عيوب البريد الالكتروني الكبيرة أنه يرسل دون إذن المستخدم أو دون معرفته بما في داخل الرسالة التي يمكن أن يثير الريبة لدى المتلقي، خاصة عندما يكون هناك ملحقات للرسالة، وبهذهِ الحالة يكون من السهولة أن يدمر هذا الأمر تماماً العلاقة مع المتلقي وقد يكون للأبد[١].

العلاقات العامة والبريد الالكتروني:

يعد البريد الالكتروني من أهم وسائل تبادل المعلومات الشخصية والتجارية والإعلان والدعاية وعملية البيع الكاملة إضافة إلى توفير الخدمة ودعم الجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة أو المؤسسة، مما جعل المنظمة تنظر لأي عملية اتصال تجارية على أنها فرصة لها لتعزيز أواصر علاقتها وسمعتها، فهو أي البريد وسيلة قوية للغاية لخلق سمعة، والمحافظة على اسم المنتج والمنظمة، وكل رسالة بريد لها تأثير على اسم المنظمة. ويحتاج المسؤولون والممارسون للعلاقات العامة إلى فهم جماهير الانترنيت وطبيعة الاتصال ذي الاتجاهين، وتقديم المشورة حول الموضوعات المرتبطة بالانترنيت. وأصبحت مكاتب الانترنيت الصحفية، وأساليب التوزيع الالكتروني مهمة لكل ممارسي العلاقات العامة وليس لاختصاصي التكنولوجيا فقط[٢].

---

(١) للاستزادة أكثر الاطلاع على العالم الالكتروني .http://www.arablaw.org.Electronic

(٢) أليسون فيكر، دليل العلاقات العامة مرجع علمي شامل، مصدر سابق،ص٣٦٦.

ومن هنا تنعكس علاقة المنظمة بأكملها مع جمهورها من خلال العلاقات عبر البريد الالكتروني، وكذلك الأسلوب في رسالة البريد الالكتروني، وهذا يعكس أسلوب الاتصال وصورة المرسل، سواء في صدقه في الرسالة التي يحملها أو غير ذلك مما يعكس شخصية المنظمة على الطرف الآخر[1].

ويعتبر الكثير من الناس أن البريد الالكتروني من أفضل ما في الانترنيت لتمتعه بعدة مزايا تميزه عن الهاتف والفاكس، سهولة الاتصال والإرسال لأي شخص في العالم، بغض النظر عن التوقيت أو البعد الجغرافي، ودقة وسهولة الإرسال، وإن تكلفة إرسال رسالة لا تزيد عن تكلفة الاتصال بمزود الخدمة، فلا نحتاج لطوابع بريدية ولا إلى أوراق.

فنظام البريد الالكتروني يشبه نظام البريد التقليدي، فلكل مشترك صندوق بريد في عالم الانترنيت، إضافة إلى صناديق بريدية تمثلها مجلدات أو وحدات تخزين على جهاز الخادم، وكل ما تحتاجه للوصول إلى الصندوق البريدي هو كلمة السر واسم المستخدم وبعض الإعدادات الضرورية على برنامج البريد الالكتروني.

---

(١) ديفيد فيلبس، مصدر سابق، ص٩٦.

العلاقات العامة والتسويق الالكتروني:

شهدت مهنة التسويق تغييراً ملحوظاً في طبيعتها ومؤهلاتها وفرص نجاحها إضافة لعدد من المشاكل التي تعيق إنجازها. وتحولت الوظائف التسويقية إلى مفهوم جديد بسبب دور العلاقات العامة على ألنت في توسيع التعامل مع الجمهور، وإعطاء التسويق دفعة جديدة عبر دراسة حاجة السوق والجمهور لعمل المنظمة، وأخذت شكلاً جديداً أكثر فعالية مع التكنولوجيا الرقمية، إلا أنها لم تستبعد أو تنكر نظريات التسويق التقليدية، بل استطاعت الاستفادة منها في تطوير وإيجاد حلول لمشاكلها، وظهرت ظاهرة جديدة سميت التسويق الالكتروني[1].

فالتسويق هو المفتاح لتحقيق أهداف المؤسسة، ويشمل تحديد الاحتياجات والرغبات للسوق المستهدفة، والحصول على الرضا المرغوب بفعالية وكفاءة أكثر من المنافسين، وإذا أُضيفت صفة الالكتروني للتسويق فنحن نتحدث إذن عن بيئة وأدوات يجمع بينهما فضاء الانترنيت بكل ما أتاحته من تكنولوجيا للتواصل بين البشر، سواء أكان بريداً الكترونياً أم غيره من الأدوات الالكترونية.[2] ويمكن تعريف التسويق بأنه: الجهود التي يبذلها الأفراد والجماعات في إطار إداري واجتماعي معين للحصول على حاجاتهم ورغباتهم من خلال إيجاد تبادل المنتجات والخدمات والقيم مع الآخرين[3]. ويحتاج التسويق إلى الجهود التسويقية لإدارة العلاقات العامة في تدعيم صورة المنشأة وتحسين الانطباعات المتكونة عنها لدى الجماهير، وخلق الثقة والتفاهم وبناء علاقات الوئام، مما يساعد في زيادة حجم

---

(١) فاربي،مصدر سابق ،ص١٥٠.

(٢) نجم عبود نجم، إدارة المعرفة والمفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، عمان، مؤسسة الورّاق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥، ص٢٩٧.

(٣) صفوت العالم، فنون العلاقات العامة،القاهرة ، منشورات كلية الإعلام- جامعة القاهرة، ٢٠٠٢، ص٢٤.

المبيعات، وزيادة إقبال الجماهير على شراء السلع والخدمات التي تقدمها المؤسسة وانطلق مفهوم التسويق الالكتروني في العالم بسرعة مذهلة لانخفاض تكاليفه وزيادة قدرته على توسيع السوق، وثم تأسيس آلاف الشركات المتخصصة في التسويق الالكتروني، والتي هي في زيادة مستمرة. وأصبح هناك ملايين من الرسائل الالكترونية تتجول يومياً بين الشبكة، تتضمن تحفيزات ونصائح من أجل جذب المتصفحين، ويتيح هذا التسويق للجمهور الحصول على حاجاتهم، والاختيار من بين منتجات الشركات العالمية، بغض النظر عن مواقعهم الجغرافية، خاصة أن هذا نوع من التسويق لا يعترف بالفواصل والحدود الجغرافية[1]. وبرزت وظائف جديدة عن طريق ذلك للتسويق الالكتروني أو الخط المباشر التي عادة إما أن تكون في أحد قطاعات مواقع الويب أو شركة متخصصة لهذا الغرض، ويضم التسويق الالكتروني وظائف متنوعة لها مهام مختلفة منها: الاتصال وإقامة علاقات مستمرة مع العملاء ووظيفة البيع الالكتروني، وتوفير محتوى أو مضمون أو أي معلومات عن الأشياء المعينة إضافة إلى وظيفة توفير شبكة الأعمال، ووفقاً لمواقع شركات التسويق الالكتروني فهناك خدمات تقدمها للعملاء ومنها التسويق البريدي الالكتروني، وتعرض الخدمة والمنتج عن طريق رسائل الإيميل للجمهور، وتقديم حلول واستشارات في تصميم الرسائل ومحتواها وطريقة تقديمها وإرسالها إلى الزبائن المحتملين عبر شبكة الانترنيت، كما تعرض حلولاً للتحليل والإحصاء بخصوص نتائج الحملة الدعائية بالبريد الالكتروني.

فالشركات والمؤسسات وحتى الأشخاص باشروا جميعاً بعرض منتجاتهم أمام الجمهور في هذه السوق العالمية المفتوحة[2] أو التي لا تحتاج لرقابة أو متابعة دقيقة من إدارات حماية المستهلك في هذهِ الدولة أو تلك، وذلك لسبب بسيط،هو أن ما

---

(١) ديفيد فيلبس، ، مصدر سابق، ص١٥٦.

(٢) اليسون فيكر،، المصدر السابق، ص٣٤٩

يعرض في العادة هي منتجات معروفة ومتميزة خاصة للشركات والمؤسسات المعروفة وصاحبة علامات تجارية مسجلة وموثقة، ومن ثم فلا خوف على ما تبيعه من منتجات لأنها مسؤولة قانونياً وبفضل علامتها التجارية المحافظة على نوعية ما تقدمه من إنتاج، وأصبحت العلاقات العامة الأداة الترويجية الوحيدة المجانية؛ لأنها لا تكلف الشركة أي أموال أو عينات مجانية أو تخفيضات عن طريقها تنشر أخبار الشركة وأنواع منتجاتها أو أي مقابلات مع وسائل الإعلام.

مهارات الوظيفة:

تتطلب الوظائف في السوق الالكترونية مهارات ومؤهلات عدديدة، يمكن إجمالها بعدد من النقاط:

١-التعامل مع التكنولوجيا الحديثة وتقنيات الانترنيت بمهارة.الإلمام في تصميم المواقع[1].

٢-إتقان اللغة الانكليزية التي تتسع معها دائرة التعامل مع السوق العالمية.

٣-القدرة على الرد السريع لما يحدث من تطورات متلاحقة على المواقع الالكترونية الداخلة في دائرة اهتمامات المنظمة بشكل كبير.

٤-أن تكون لدى العاملين في التسويق الالكتروني مهارة التطوير بشكل سريع وكيفية الحصول على زائر أو مستهلك جديد يضاف إلى قائمة الموجودين الذين يكون الحفاظ عليهم أكثر صعوبة من جذب عنصر جديد تتسع أمامه دائرة الاختيارات.

٥-يحتاج العاملون في التسويق الالكتروني، مثلهم مثل العاملين في السوق

---

(١) سعد غالب ياسين،وعلي العلاق،الإعمال الالكترونية،الأردن،دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢، ص٢٨١.

التقليدية، إلى فهم احتياجات المستهلك أو زائر الموقع وبناء الثقة معه لكي ينجح في إقناعه بمنتجاته الأصلية أو المزيفة التي يقدمها له أو أفكاره.

٦-إدراك أن التسويق الالكتروني يعمل على مدار الساعة، وأن الرد يجب أن يكون جاهزاً على أي استفسار من أي فرد على مستوى العالم[١].

٧-على العامل في هذا الجانب أن يتوفر لديه علم ودراية بمشاكل التسويق الالكتروني الدولي، ومنها مشاكل العملة الأجنبية، وطريقة الدفع الالكتروني، واختلافات اللغة والثقافات في العالم.

٨-ضرورة الاستخدام الجيد للأدوات المتبعة في التسويق والرؤية الواضحة للأسواق المستهدفة، وأسلوب إدارة العلاقة مع العملاء من أجل تحقيق النجاح المطلوب في هذهِ العملية.

ويقول الدكتور محمود صادق أُستاذ التسويق بكلية التجارة جامعة القاهرة[٢] ، في إحدى الدراسات حول مهارة التسويق[٣] (ضرورة التعامل مع جوانب العملية التسويقية بشكل علمي مدروس وليس مجرد الحصول على أكبر عدد ممكن من الزائرين أو إغراق أكبر عدد ممكن من الأشخاص بالرسائل البريدية، فلابد أن تركز الإستراتيجية التسويقية على التعريف جيداً بالمنتج أو الخدمة ومزاياها والثمن وطريقة الدفع).

---

(١) ديفيد فيلبس ، مصدر سابق، ص٤٧.

(٢) محمود صادق بازرعة دكتوراه الفلسفة فى إدارة الأعمال ، جامعة إلينوى ، الولايات المتحدة الأمريكية، عام ١٩٦٥ ومن مؤلفاته المنشورة منها، مشاكل وحالات التسويق، تحليل التعادل واتخاذ القرارات التسويقية وبحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية

(٣) طلال عبود،مصدر سابق،ص٥٦.

عوائق التسويق الالكتروني:

وهناك عوائق وتحديات تواجه العاملين بالتسويق الالكتروني وتحد من نجاح نشاطهم منها عوائق اللغة والثقافة اللتان تعدان من أهم العوامل التي تعيق التفاعل بين كثير من العملاء والعديد من المواقع الالكترونية، مما يدعو لضرورة تطوير برمجيات من شأنها إحداث نقلة نوعية في ترجمة النصوص إلى لغات مختلفة، يفهمها العملاء إضافة إلى مراعاة العوائق الثقافية والعادات والتقاليد والقيم بحيث لا تكون عائقاً من استخدام المواقع التجارية،و يحتاج التسويق إلى إدارة جيدة وخطط واضحة لمواجهة التغيير المستمر في حركة الأسواق العالمية. والتسويق الالكتروني صعب وليس من السهولة القيام به والخوض في مجاله إذا لم يتوفر له متخصصون في هذا المجال.

وهما عاملان يسهمان في إعاقة العمل في هذا المجال، ويواجه العاملون في التسويق الالكتروني في تقبل العملاء لهذهِ الفكرة عبر الانترنيت بشموليتها الخاصة، لأن علمية التبادل التجاري تحتاج الحصول على بعض البيانات من العملاء مثل الاسم والنوع والنسبة والعنوان وطريقة السداد[1] وغيرها من الأمور، مما يتطلب استخدام برمجيات خاصة للحفاظ على سرية وخصوصية التعاملات التجارية الالكترونية، وتقنين الآليات لتأمين الدفع الالكتروني الذي يتم عبر ألنت، وهذا يتطلب وضع القوانين والتشريعات المناسبة لتنظيم عمليات التسويق الالكتروني، وحماية حقوق الملكية والنشر على الشبكة، وتطوير الأنظمة المالية والتجارية لتسهيل عمليات التسويق الالكتروني[2]، وستشهد وظيفة التسويق الالكتروني فرصاً أكبر مستقبلاً مع تزايد انتشار الانترنيت في العالم، واتساع دائرة

---

(١) سعد غالب ياسين،وعلي العلاق، مصدر سابق ،ص١٦٥ .

(٢) فليح الزبيدي، التسويق الحديث،صنعاء اليمن، المكتبة المركزية، ٢٠٠٠، ص٢٥٢.

التعاملات التجارية والفكرية التي تتم عبرها. ويقول تقرير المنظمة التجارية العالمية: إن نسبة التعاملات عبر النت الجارية والمتوقع إجراؤها على الانترنيت عام ٢٠١٠م ستبلغ ٧٠٪ من حجم التجارة الدولية.

المبحث الثاني

المواقع الالكترونية على الانترنيت

غيرت ثورة المعلومات طبيعة الحياة البشرية اليوم بواسطة الانترنيت التي حولت كوكب الأرض إلى قرية صغيرة في نقل الحدث، ومعرفة أحوال الناس السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية وغيرها، وقربت البعيد، وجعلت المتصفح للانترنيت ينتقل بالمجتمعات من مجتمعات جغرافية إلى مجتمعات نظرية، فالانترنيت بمنظور تقني تعني هذهِ الكلمة ارتباط مجموعة من حواسيب بعضها مع البعض الآخر لكي تتمكن من تبادل المعلومات والاتصال فيما بينها على أساس معايير قياسية للاتصال تدعى بروتوكول (Protocols)[1] إضافة إلى الاشتراك في خدمة الانترنيت عن طريق تحقيق الارتباط مع أحد موفري الخدمة، ولا يمكن لأي جهة تعطيل الانترنيت على مستوى العالم بأكمله، إذ لا يوجد عقدة Noud وحيدة تتحكم بالشبكة العالمية وعرف[2] Eric Gressier الانترنيت في كتابه Le Resouau Cnam بأن (الانترنيت هي نتيجة ارتباط شبكات الإعلام الآلي بمختلف أنواعها، والحواسيب المستعملة فيها، والأنظمة التي تشتغل عليها، ومع ذلك فهي قادرة على الاتصال، معتمدة على نظام مركب من الارتباطات الفيزيائية، وعلى لغة موحدة للتفاهم، وقواعد وبرامج للتعامل فيما بينها بشكل مباشر)[3].

ومن هذا المبحث سندخل في المواقع الالكترونية في هذهِ الشبكة العملاقة والمواقع الالكترونية.. هي مجموعة من الصفحات تحتوي على النصوص وصور

---

(١) عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنيت قواعد النشر الالكتروني الصحافي الشبكي، ٢٠٠٣، ، دار الظفرة للطباعة والنشر،أبو ظبي،ص٣٦.

(٢) Eric Gressier أحد الباحثين والمساهمين في نشر البحوث حول الانترنيت .

(٣) حسني محمد نصر،الانترنيت والأعلام الصحافة الالكترونية، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣،ص٥٠ .

ولقطات فيديو وموسيقى تسهل الطريق لمستعمل الانترنيت والتجوال في أي موضوع من المواضيع، وفي أي مجال يختار، وتعتبر محركات البحث (search engine) أهم أدوات البحث الالكتروني وأدلة المواقع الالكترونية (directory).

فمحركات البحث تشكل مفاتيح الدخول للمواقع، وهي برامج آلية تسمى الروبورت (robots) أو سبايدر (spider) تعمل على الإبحار في المواقع المختلفة وتفحص محتوياتها[1]، وإعادة فهرستها للبيانات والصفحات والروابط المحدثة في المواقع المرتبطة بهذهِ المحركات، وبعض محركات البحث في مواضيع معينة علمية أو أدبية أو خدمية وغيرها، ومن أشهر محركات البحث في الشبكة العالمية هو www.google.com وياهو www.yahoo.com وإلتافيستا www.altavesta.com وأم. أس. أن www.msn.com (والمواقع حسب تعريف الموسوعة العربية هي مجموعة مترابطة من ملفات شبكة الانترنيت العالمية .www تتضمن ملفات يعمل عن طريق ما يسمى بالصفحة الرئيسية التي تحمل عنواناً محدداً في أعلى الموقع، ويستطيع المستخدم الانطلاق منها لجميع الصفحات داخل ذلك الموقع وخارجه أيضاً بواسطة الروابط التشعبية الموجودة فيه)[2].

وتقوم بعض المواقع بدور الناشر الالكتروني بطرق عدة من أهمها أن الكثير من الصحف والدراسات اتخذت لها موقعاً على الشبكة تبث منها، فالانطباع الحقيقي للمتصفح للموقع هو تصميم موقع الانترنيت، لأنه النواة الأولى للقناعة بجودة ما يشاهده، وأنه سيجد ما يبحث عنه في هذا الموقع، مما يجعله يتنقل بين الصفحات بدون ملل، وهذا دليل على نجاح القائمين على الموقع.. أنه نال وسينال قبول المتصفحين واستحسانهم.

---

(١) عباس مصطفى صادق، الصحافة والكومبيوتر، مدخل للاستقصاء الصحافي لمساعدة الكمبيوتر، القاهرة، الدار العربية للعلوم، ٢٠٠٥، ص١١٢.

(٢) حسني محمد نصر، ،مصدر سابق،ص٤٠.

كيف يعمل الموقع:

يتكون الموقع من المساحة التخزينية التي تقوم بحجزها لعرض الملفات على الانترنيت، مثلاً تحدد مساحة في العرض بجهازك لتخزين الملفات والبيانات عليها.. وتنوع المواقع وأهدافها وأسلوبها ومحتوياتها وتنظيمها ونوع قرائها وينعكس ذلك في تصميمها، والعناصر المكونة للتصميم، وهنالك من المواقع التي تحتوي على جميع عناصر الوسائط المتعددة (Multimedia) من نصوص وصور ورسومات وأصوات وفديو ومؤثرات بصرية وصوتية، بينما تعتمد مواقع أُخرى على النص فقط، وبين النوعين توجد مواقع تعتمد على الرسم، وأُخرى على النص والرسم، وثالثة على الصورة، ورابعة مكرسة للبث الإذاعي وهكذا[1].

إن مواقع الويب وتقسيماتها المختلفة تنمو بتطبيقات جديدة بشكل متسارع تسهم في تسهيل الدخول للمواقع والتعامل معها بشكل أوثق مما يمكن المتصفح من تسهيل مهمته في الحصول على المعلومات التي يريدها، وهناك شركات تقوم بتأجير مساحات على الانترنيت بوضع الملفات لأصحاب الموقع عليها، وهو ما يسمى بشركات الاستضافة Hosting أما نطاق الموقع أو عنوانه فهو الاسم الذي يتم كتابته في المتصفح ليذهب إليه مثل www.dootta.com مع ملاحظة أن عنوان الصفحة الرئيسية يتضمن عادة اسم ملف محدد index.htm، ولكن لا نحتاج لإدخال العنوان، لأنه تم إعداد الصفحة مسبقاً ليكون اسم الموقع هو نفس عنوان الصفحة الرئيسية للموسوعة العربية وإلى العديد من الصفحات[2].

ولتبدأ مرحلة النشر الالكتروني الشبكي عن طريق نشر المعلومات المتصلة بعضها بالبعض الآخر في الشبكات المختلفة، وعلى أساسه يتم تصميم بنية النص

---

(١) عبد الأمير الفيصل،مصدر سابق، ص٢٤٠.

(٢) عباس مصطفى صادق ،مصدر سابق.

وبنية التصميم وفق أُسس خاصة توصل المعلومات بعضها بالبعض الآخر سواء كانت داخل الموقع inside links أو وصلها بمواقع أُخرى outside links، وبهذا الخصوص تقول جوتا دنجنر Jutta Dengener في شرحها لكتابة النص التشعبي: (إن الوصلات في النص المتشعب هي أُسلوب جديد يجب على من يكتب للشبكة استخدامه، وهي بذلك تقدم تقديرات جديدة للنص للمتصفح الدخول والخروج إليه).[1]

ويجب أن تكون اللغة المستخدمة في الموقع بسيطة ومفهومة من قبل جمهور عالمي وسهلة للاطلاع على المفاهيم المهمة، وإدخال نصوص المحتوى في صفحات ذات خلفية بيضاء، أو أن يكون التعامل مع المعلومات حسب أولوياتها، وتحديد محتوى الموقع الخاص بالقائم عليه بشكل مكثف، ووضع خطوط عريضة من أجل أن يكون مسار التصفح بسيطاً وواضحاً، ويقوم على خرائط للموقع تتألف من طبقات أو مستويات إضافة إلى مراعاة التصميم للموقع من خلال تحديد الجمهور وتحفيزهم ومعاملتهم باحترام، وتوفير فرصة للتغذية الناجحة الفعالة، ووضع أهداف للموقع تمتاز بوضوح وقابلية القياس وتصميم الأهداف، كما ينبغي للقائم على الموقع الاعتراف والتقدير تجاه ردود الأفعال والجمهور والنجاح وتجاوز الثغرات من أجل الارتقاء إلى مستوى أفضل.[2]

كيف يتم تصميم الموقع أو الصفحة على الانترنيت:

يمكن إجمال تصميم تقييم الموقع على الانترنيت عن طريق ثلاثة محاور: يشمل الأول فكرة الصفحة، والثاني تصميم الموقع، والثالث النشر، وتشمل الفكرة، الموضوع على الموقع والأمور والأشياء التي سيتم تناولها وذكرها في الموقع، وتحديد

---

(١) شريف درويش اللبان، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية ٢٠٠٥، ص١٧١.

(٢) عبد الأمير الفيصل، ،مصدر سابق، ص٢٤٦.

أهداف الموقع، ونوع الزوار الذين ترغب بهم لزيارة الموقع إضافة إلى تصميم الموقع باستخدام طرق التصميم المختلفة في جهاز الحاسوب المستخدم لصاحب الموقع.

ويقسم غريك برانهام [1] صفحات الويب إلى قسمين أساسيين[2] هما: صفحات البدء وصفحات المحتوى، وتشمل صفحات البدء الصفحة الأم أو الرئيسية Homepage وهي مزيج من صفحة عنوان Title page وقائمة محتويات وفهرس ومقدمة، وهي الصفحة الأولى والأعلى في الموقع، وعادة ما تحتوي على مواد استهلالية وقائمة الوصول التشعبية إلى جميع محتويات الموقع، أو إلى الأقسام الأخرى في المواقع الكبيرة.. فيما تضم صفحة المحتوى رصف صفحة البدء لمعلومات يحتويها الموقع سواء بقوائم أم عناوين، تحمل صفحة المحتوى content page المعلومات نفسها، ولكل صفحة محتوى وصلة عودة إلى صفحة البدء والصفحة السابقة لها[3].

وهنالك طريقتان لتصميم المواقع على الانترنيت: الأولى تتطلب معرفة المستخدم للغة HTML، والطريقة الثانية عن طرق برامج التصميم وهي الأسهل، إضافة إلى أن هنالك العديد من برامج التصميم التي لا تحتاج إلى معرفة مسبقة بلغات برمجة المواقع ومنها للمبتدئ. هنالك برنامج front page والذي يمكن تصميم صفحات عربية عليه، لأن أي مستخدم للويندوز يملك نسخة غير مطورة من برنامج فرونت بيج ويمكن استخدامها، فهي شبيهة بالنسخة غير المجانية نوعاً ما واسمها front page express ومع أن برامج التصميم جعلت HTML ليس بالأمر الضروري ولكن المراحل المتقدمة ستتطلب على الأقل انجاز بعض المهام باستخدام لغة html والعمل على دعم هذا الترقيم المترابط للنص

---

(١) باحث وخبير بشؤون الانترنيت وأحد المساهمين في ادخال الويب على الانترنيت .

(٢) حسني محمد نصر، ،مصدر سابق،ص١٢٩.

(٣) د. عبد الأمير الفيصل، مصدر سابق، ص٢٤٠.

العربي، والكتابة من اليمين إلى اليسار عن طريق تطبيقات الانترنيت مع النص العربي[1].

ومن هنا يعتمد أغلب المدونين على طريقتين لتصميم مواقعهم الشخصية ونشرها على مساحات مجانية، وهنالك مواقع تقدم مساحات أكبر (غير مجانية) فيما وفرت شبكة كوتا أكبر دليل لمواقع الاستضافة المجانية، فهو يحتوي على ما يقرب ٣٢٠ موقعاً مجانياً إضافة إلى معلومات تفصيلية عن كل موقع، ومن النادر أن نجدها في غيره، ويمكن الدخول إليها عن طريق الرابط:

http://www.kootta.com/freehosting/index.htm

وتسعى شركة كوكل google (أكبر شركات محركات البحث على الانترنيت في العالم) بجدية إلى تطوير المواقع الالكترونية على الشبكة العالمية، ولم تكتفِ ما حققته من ابتكارات ونفذتها على مساحة الانترنيت، وأعلنت عن دمج خدمات الانترنيت مع الرسائل اللحظية أو الآنية والبريد الالكتروني في صفحة واحدة لجذب المزيد من المستخدمين، حيث تتيح هذهِ الطريقة لأي من أصحاب البريد الالكتروني الكشف عن قائمة عناوين المراسلات أمام مستخدمين الخدمة لتكون الدردشة معه على شبكة الانترنيت بحيث يمكن فتح نافذة للدردشة عن طريق الصفحة نفسها التي ستظهر[2].

تعتمد عملية نقل الملفات من وإلى المواقع والذي يقدم مساحة للمستخدم على الانترنيت في الكثير من المواقع المجانية عن طريق نقل الملفات عن طريق

---

(١) د. محمد فلحي، صناعة الفعل في عصر الشاشة- دور وسائل الاتصال الالكتروني بالمجتمع المعاصر، التلفزيون- الانترنيت- الحاسبات الالكترونية، عمان، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة والتوزيع، ٢٠٠٢، ص١٣١.

(٢) نادي الهوت ميل http://hotmailclub.com/modules.php?

استخدام برنامج خاص، و أن يملك صاحب الموقع برنامجاً خاصاً يسمى FTP لنقل الملفات من الجهاز الشخصي الى الموقع، وإن عملية الحفظ العام للمواقع تكون عن طريق استخدام أحد نظم الحفظ العام للمواقع[1] الالكترونية، ويمكن تحديد وتخزين القوائم الخاصة بمصادر مواقع الانترنيت التي نجدها مفيدة، وكذلك يمكن تبادلها مع مستخدمين آخرين، وبالأخص حفظ صفحات المواقع هذهِ على جهاز الحاسوب الشخصي ، فيمكن حفظها على موقع عام متاح أمام الجمهور بحيث يستطيع أي شخص الاطلاع عليه، كما يمكن إبقاء الموقع المحفوظ بدون استخدام شخصي إضافة إلى حفظ عناوين صفحات المواقع، ويمكن حفظ مصادر خدمة متابعة المستجدات RSS وشرائط الفيديو ومواقع الخرائط وبنود التسويق وغيرها وضمها إلى قائمة صاحب الموقع[2].

لغات ترميز النصوص:

وهي لغة مستخدمة لإنشاء صفحات الانترنيت وهي مختصر لكلمة Hyper Text Markup Language وتختلف عن لغات برمجية أُخرى كونها بسيطة ورموزها سهلة، وهي ليست لغة برمجية بالضبط، لأنها تحتاج إلى برنامج يترجمها للغة الحاسبة، وهو ما يسمى بـcompiler بل يتم تنفيذ تعليماتها مباشرة عبر متصفح الانترنيت، وبهذا يتصفح المتعلم لنصب برامج المواقع أن يتعلم الـHTML في البداية وبعدها ينتقل إلى الفرونت بيج front page لأنها تقدم أكواد لـhtml سهلة ومريحة، ومن الواجب تعلمها لمن يريد أن ينشأ موقعاً على الانترنيت

---

(١) عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنيت قواعد النشر الالكتروني الصحافي الشبكي، مصدر سابق، ص ١٠٨.

(٢) مواقع منظمة العفو الدولية.http://www.amnesty.org /17/3/2008 ١١٠٢٢٢١، ١ ينـاير ٢٠٠٥، ٠١ يناير. ٢٠٠٥.

لأنه يسهل العمل كثيراً، ويعمل على تحويل النصوص العادية التي نكتبها إلى أكواد أو رموز html جاهزة، وهذهِ ميزة تعلم إنشاء مواقع من أساسها.[1]

وأن استخدامه لـHTML في تخطيط وتصميم مواقع الويب تعد أكثر التطورات دلالة في التاريخ البشري منذ اختراع الطباعة ويتيح web إمكانات غير محدودة، فقبل استخدام لغة النص الفائق(أي سرعة الحصول على المعلومة عند البحث على أحد محركات البحث)وأن يحسب (عند تصميم المواقع) عدداً من الاعتبارات منها الهدف، الجمهور، المحتوى، التصميم والتكنولوجيا لأن هذهِ الاعتبارات يؤثر بعضها في البعض الآخر مما يجعل تصميم الموقع web ناجحاً مهمة معقدة للغاية[2].

لغة النص المترابط html:

وهي الامتداد الخاص بمعظم صفحات الويب، وتحتوي على اللغة التي تضم بين طياتها نصوصاً وأوامر خاصة بالتنسيق تسمى الرسوم markup، تكتب ملفات html في صورة ملفات نصوص تمرر على أي محرر نصوص، وعادة ما يكون المفكر Notpad.

ويقوم المستعرض بدور الدخول إلى الموقع المطلوب، وعرض محتوياته، وتشمل كل وثيقة web معلومات مشفرة حول محتواها وشكلها الذي سيظهر به على الشاشة وبأي المواقع سترتبط، ويقوم المستعرض بإدخالها للصفحة. وتتجاوز المستعرضات السليمة النقل واستعراض المواقع المختلفة إلى تقديم معلومات أو خدمات مختلفة مثل نشر الأخبار وتوفير الآلات والبحث في الشبكة وتقديم أدلة المواقع

---

(١) عباس مصطفى صادق، مصدر سابق، ص١٠٩.

(٢) شريف درويش اللبان، الصحافة الالكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥،ص١٣٧.

والموضوعات المختلفة في الشبكة[١].

ومن أجل جعل الموقع متحركاً ونشيطاً وجذاباً يجب تقديم إضافات للموقع مثل المنتديات والاستفتاءات والبريد الالكتروني الخاص بالموقع وعدد الزوار ومحرك البحث، وهذا يتطلب معرفة بقواعد البيانات [٢].

كما يمكن لمن يملك دراية كافية وخلفية جيدة بلغة HTML أن يصمم موقعه بنفسه، وعن طريق صفحات الأنماط الانسيابية ccs وإجادة العمل على برامج تصميم الموقع خاصة بالفرونت بيج، وتعلم لغة برمجة خاصة بالمواقع، واحتراف لغة الهيكل html ولغة برمجة الموقع أي أس بي ASP وتعلم صفحات الأنماط الانسيابية cas cading stylesheets وهي فترة لا تتجاوز أجزاءً من الساعة لتعلمها والعمل مع الجداول في الفرونت بيج front page.

وهنالك فروق بين التصميم الطباعي print design ويكون ذا بعدين -2 dimensional ويعطي مزيداً من الانتباه للعملية الإخراجية layout ويمكن للمتصفح أن يقلب الصفحة، ولكن من النادر أن يقوم الرابط بين عدة صفحات في أثناء عملية القراءة، فكل نظرة أو رؤية view تعد وحدة تصميم disignunit ذات مقاس ثابت fixed size وغالباً ما تستخدم مساحة كبيرة عند تصميم الجرائد أو الملصقات، بينما تصمم web ببعدٍ واحد، فصفحة الويب تعد صفحة جوهرية في تحريك الصفحة على الشاشة، وهو ما يختلف عن مفهوم الصفحة الثابتة في الصحيفة المطبوعة[٣].

---

(١) عباس مصطفى صادق،الصحافة والكومبيوتر: مدخل إلى الاستقصاء الصحافي لمساعدة الكومبيوتر، الدار العربية للعلوم، بيروت، ٢٠٠٥،ص٧٥.

(٢) شريف درويش اللبان، مصدر سابق، ص١٢٢.

(٣) شريف درويش اللبان، مصدر سابق، ص١٢٩.

معايير المواقع الالكترونية:

المعايير لا تتحد عن طريق المتصفح وإنما عن طريق الـweb وهي اختصار لـworld wide web consortium وهي بمعنى اتحاد الشبكة العالمية الواسعة w.w.w وهي مساحة مختصرة من المعلومات an abstract spacof information وفضاء معلوماتي يتواصل فيه الناس عن طريق المشاركة في المعلومات ويقوم الويب على فكرة ربط الوثائق النصية والصوتية والمصورة، بينما يقوم الانترنيت على فكرة الربط بين أجهزة الكمبيوتر، وما يربط الويب هو النص المتشعب Hypertext بينما يربط الانترنيت الكابلات، والويب هوالذي جعل الانترنيت وسيلة اتصال جماهيري[1].

إن الانترنيت أخذ يغزو جميع مجالات الحياة بما في ذلك التعليم والبحث العلمي والمدارس والجامعات، وأصبح عصر الانترنيت والحاسوب جزءاً لا يتجزأ من العملية التعليمية، وأغلب دول العالم أدخلت خدمات الانترنيت في مجالات التعليم والصناعة والتجارة وشتى نواحي الحياة، وأصبحت الانترنيت سلاحاً ذا حدين مع انتشار ويب 2.0 و3.0 حيث أدخلت النت في ثورة، اختصرت الحدود الوطنية لأنها لا تزود بالمعلومات فقط، وإنما تهدد حرمة البيانات الشخصية، وأصبحت المواقع الاجتماعية من متعة التعارف إلى خطورة نشر المعلومات الشخصية بعد أن صارت جزءاً لا يتجزأ من حياة الشباب، وتحول إلى عالم كامل يلتقون فيه بالأصدقاء وحتى شريك الحياة أحياناً، فيما حذر الخبراء من خطورة نشر المعلومات الشخصية التي يمكن استغلالها من قبل بعض الشركات[2].

---

(١) حسين محمد نصر، الانترنيت والإعلام :الصحافة الكونية، بيروت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠،ص٣٣.

(٢) DW-world 27- 6/ 2007 موقع دوتشا الألماني .

وأصبح الخيال العلمي حقيقة عبر الانترنيت عن طريق الجراحة عن بعد. وبعد أن أصبحت تقنية الشبكات اليوم وسيلة طبية عصرية تمكن الطبيب من إعطاء استشارة أو حتى إجراء عمليات جراحية عن بُعد[١].

وأصبح انفتاح القنوات التي تقدم الخدمة العامة عبر التلفزيون أكبر على عالم الانترنيت، كما تجري كبرى شبكات التكنولوجيا العالمية مثل مايكروسوفت وكوكل وياهو وشركة الاتصالات المصرية محادثات مع جماعات مدافعة عن حقوق الإنسان و حرية الصحافة من أجل وضع ميثاق سلوك الانترنيت، يسهمُ في حماية حرية التعبير وسرية مستخدمي الانترنيت، وهذا مما جعل الويب وسيلة عالمية بطبيعتها. وفكرة الربط بين النصوص تمكن المستخدم من الوصول إلى المعلومات في أي مكان في العالم، أما الانترنيت فقد تقتصر في خدماتها على أماكن معينة ولا تكون الانترنيت عالمية إلا من الويب، وأسهم الصحفيون والكُتاب والفنانون بإثراء مواقع الانترنيت بنتاجاتهم وإبداعاتهم، كما أسهم أصحاب المهن والحرف والفنيون والمهندسون والأطباء والهواة وفي مختلف مجالات الحياة بعمل مواقع عبر شبكة الانترنيت لطرح مواهبهم وأفكارهم والإسهام في عمليات نقل الأموال بين الدول وخاصة بين الأهل والأقارب في البلدان الأصلية للمهاجرين عن طريق بوابات الكترونية جديدة، اعتمدتها أغلب الدول لتسهل عمليات التمويل وتقليل المصاريف المصاحبة[٢].

تصميم المواقع الالكترونية:

أصبح التصميم اليوم سمة من سمات المواقع المتميزة ومصدراً من مصادر الجذب عن طريق التفنن في اختيار الألوان التي تناسب المواقع وقوالب

---

(١) نفس المصدر السابق DW-world موقع دوتشا الألماني ٤/ ١٢/ ٢٠٠٧.

(٢) موقع دوتشا الألماني، مصدر سابق DW-world 2/ 9/ 2007.

الجرافيكس وقوالب الفلاش التي ترتبط بصفحات المواقع والتي تكون على شكل صفحات ثابتة أو بنظام تفاعلي ديناميكي[1]، هناك تصاميم أستايلات[2]المنتديات vbstyle بجميع الطلبات، ومنها استيلات التقليدية والاحترافية والمتطورة كما تضم بعض المواقع تصميماً متميزاً لشعارها وخاصة المنشأة والشركات، إذ يشكل الإعلان الواجهة الأساسية التي تطل عن طريقها المؤسسة أو المنشأة على عملائها في كل مكان، وهذا ينطبق على المجلات الالكترونية، وإن التصميم الناجح لا يعني ضرورة أن هذا الموقع قادر على التفاعل مع زواره فهناك العديد من المواقع التي ندخلها على الانترنيت بشكل أنيق وبصورة تسمح له بالتفاعل مع زواره ولا يمكن أن يحقق أهدافه المرجوة.

للمساهمة في سرعة تحميل الموقع أو تنزيل الصفحات على الشاشة لابد من خيار نصي يغني عنها، لذلك يقوم العديد من زائري المواقع الالكترونية بإغلاق نوافذ الرسوم من أجل تسريع عملية تنزيل الصفحات على الشاشة واستخدام وسائل القراءة الصوتية الخاصة لمساعدة ذوي المشاكل البصرية وأيضاً بصفتها قراءة خيارات النص للكل[3]، وهذهِ تستخدم في مواقع المكتبات القائمة على أساس النص إضافة إلى إيجاد تكنولوجيا متنقلة جديدة تعتمد على النص بشكل أكبر وخاصة في أمور المفكرة الشخصية الرقمية والهواتف الخلوية وغيرها، ولابد لصاحب الموقع أن يحدد زائريه حتى يضع أسساً لجذب الكثيرين إلى موقعه. كما أسس الويب مزاياه الخاصة بالسرعة الحالية، ومكن الجرائد من نشر الأخبار

---

(١) شريف درويش، الصحافة الالكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص١٣٠.

(٢) هو الاخراج الفني للموقع ويكون على شكل اما قوالب جاهزة أو ابتكار للمتمكن من الانترنيت وتضم كافة محتويات الموقع.

(٣) عباس مصطفى صادق، مصدر سابق: ص١١٠.

العاجلة breaking news وتحقيق شهرتها من خلال التحديثات في الطبعات المسائية الالكترونية، وقد أخرجت بدورها برنامجها Acropat Portablble Document Format لوصف الصفحات والذي أصبح طريقة معيارية لوصف الصفحات الالكترونية، ويحصلون على المعلومات المفهرسة التي تسهم في تغذية بحوثهم ومحاضراتهم التي يقدمونها لطلابهم في الجامعات وغيرها، إضافة إلى اضطلاع باحثين آخرين بخدمة المؤسسة العسكرية الأمريكية، ولكن نشوء الويب، غير الوضع وأطلق العمل بالانترنيت ولم يعد حِكراً على أحد[1].

الخدمات التي يقدمها الويب عبر شبكة الانترنيت:

من هذهِ الخدمات خدمة الدخول عن بعد Telenet والتي تسمح باستخدام البرامج والتطبيقات الموجودة في الحاسبات المتصلة بالانترنيت وفقاً للبروتوكولات والقواعد التي تحكم الخدمة التي ظهرت في أوائل السبعينيات.

وخدمة المجموعات الإخبارية وهي شبيهة بسابقتها باختلاف أن كل عنصر يستطيع التحكم في نوع المقالات التي يريد استلامها[2].

- خدمة المحادثات الشخصية تمكن التحدث مع الطرف الآخر صوتاً وصورة وكتابة مجموعة المناقشة Discussion Groups من شبكة الانترنيت.. يتم عمل مجموعات للمناقشة والحوار، ويستطيع المستخدم عن طريق الشبكة اختبار إحدى المجموعات حسب الموضوعات التي تتم مناقشتها، إضافة إلى أن العديد من هذهِ المجموعات تصدر نشرات دورية عن هذهِ المناقشات التي يتم استقبالها على شاشة الكومبيوتر خدمة تحميل أو نقل الملفات عن طريق نقلها من حاسب لآخر عبر خدمة File Transfer Protocol (ftp).

(١) عبد الأمير الفيصل، مصدر سابق: ص٢٢٥.

(٢) خالد حمد أحمد، إعلامنا والمستقبل، مركز البيان للدراسات والبحوث، ١٩٩٨، دبي: ص٢٢.

- خدمة الأرشيف التي تسهل البحث عن ملفات معينة قد تكون مفقودة في البرامج التي يستخدمها المتصفح فيسعى لكتابة اسم الملف وامتداده في أي محرك بحث من أجل الحصول عليه بسهولة[1].

- خدمة الاستعلامات الشاملة Gopher وهي من أوسع خدمات شبكة الانترنيت انتشاراً، وتتيح للمستخدم أن يحصل على عدة قوائم معلومات أو بيانات أو ملفات على الشبكة على أن تكون هذهِ القوائم مسلسلة ومرتبة تبعاً للموضوعات والاهتمامات، وهذهِ الخدمة تمكن المستخدم من الحصول على معلومات متشعبة وموزعة على أماكن مختلفة في العالم وعلى عدد كبير من المراكز المتصلة بالشبكة، وهي تظهر للمستخدم وكأنها مختزلة على جهازه الخاص، وعن طريق هذهِ الخدمة نجد المستخدم معدلاً للمعلومات لا معداً لها. [2].

- وخدمة الاستعلامات واسعة النطاق تسمى الخدمة باسم حاسباتها الخادمة نفسها وهي الأكثر ذكاءً ودقة للمعلومات وفعالية من الأنظمة الأُخرى حيث تبحث داخل الوثائق أو المستندات في حد ذاتها.

وهذهِ الخدمة تقوم بتجميع الموارد المتعددة التي يحتوي عليها الانترنيت ويقوم بالبحث عن كل ما تريده الشبكات المختلفة وإحضارها بالنص والصورة إلى الجهاز للاطلاع عليها، وهو نظام فرعي من الانترنيت لكنه النظام الأعظم لباقي الأنظمة، ومع مرور الوقت تدخل خدمات جديدة للانترنيت من شأنها تخفيف بعض المهام والمسؤولية عن المؤسسات والأفراد، ولكنها عادة ما تفتح أبواباً أُخرى وتضيف لدورها فعاليات جديدة، ومثلها الويب الذي فتح أبواب النشر الالكتروني فأصبح

---

(١) عبد الله الكندي، إعلام جديد سياسة جديدة، الناشر دار الكتاب الجامعي، غـزة- فلسـطين، ٢٠٠٣، ص١٠٧.

(٢) انظر موقع www.midle-east-online.com/technology?id=39060

النشر على صفحات الشبكة حراً ذا طابع ذاتي شخصي، وهذهِ سنة التطور والتقدم الحضاري[١].

بدايات مواقع الويب:

إن البدايات الأولى لمواقع الويب على غير الهيئة التي نعرفها في وقتنا الحاضر، فقد كانت في جيلها الأول تنشأ أو تنجز من طرف تقنيين ومختصين، يعد محتواها من مختصين علميين ليس فيها أي حس إبداعي، لأن مهنة التصميم لم تكن تعرف في المواقع، وكانت على الأكثر تحتوي على نصوص سوداء على خلفية رمادية ولا رسومات لها، وكان ظهور لغة html التي أعطت حلة جديدة للمواقع وأصبح للصورة مكانة مهمة وتواجد كبير على صفحات تلك الأيام حيث ظهرت المواقع بالألوان وهي مواقع الجيل الثاني[٢].

أما الجيل الثالث للمواقع فقد وجه كل اهتمامه إلى التسويق ودراسة حاجات المستفيدين وتحديد النقاط الأساسية التي يجب التركيز عليها نوعاً وجودةً ودقةً ومظهراً إضافة إلى دراسة نفسية الزبون وما يطلبه لتدخل بقوة في تحديد طريقة إخراج المواقع في إطار جذاب حركي باستخدام الصورة والمقاطع الفلاشية والصور المتحركة git. وبفضل التقدم الذي يشهده عالم الانترنيت في جيله الثاني والثالث وسرعة الاتصال الكبيرة جداً مقارنة بما هو متوفر، فإن المستقبل القريب يحمل لنا فضاءات ويب توفر ميزات التفاعل معها وبما تقدمه التكنولوجيا من مميزات في تطور صفحات الويب من ناحية الإخراج أو التصميم، وهذهِ المميزات ترسم الحدود التي ينطلق منها مصممو المواقع ٣/٤.

---

(١) حسني محمد نصر، مصدر سابق، ص٤٣.

(٢) الصادق اربح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤، ص٩٩.

مفهوم موقع الويب Web Site:

تعد مواقع الويب المختزنة على ذاكرات خوادم الويب عبارة عن الغلاف بالنسبة للكتاب، أي: إنها تحتوي في طياتها عدة صفحات ويب page web وفي شكل آخر تظهر الصفحات الشخصيةperson page وهذهِ هي المفاهيم الثلاثة التي يجب التعرض إليها لتحديد مفهوم موقع الويب، فصفحة الويب هي النواة الأساسية لشبكة الويب وهي تحتوي على ما يطلبه المتصفح من نصوص، صور، فيديو أصوات، وغيرها من المعلومات التي تتيح ترابط الصفحات فيما بينها سواء أكانت داخل الصفحة نفسها أم الموقع أم حتى رابط لموقع آخر أم روابط لعناصر (برمجيات، مقاطع فيديو، مقاطع صوتية..) وبهذا يفرق المستخدم بين مواقع الويب والصفحات الشخصية[١].

فمواقع الويب تتكون من مجموعة صفحات ويب مترابطة بعضها ببعض على خادم الويب web server وهذا الموقع يخدم مجالاً موضوعياً واحداً وعدة مجالات، وهذهِ المجالات مرتبطة ارتباطاً تشعبياً hyper linked فيما بينها، وتركز المواقع على صفحة رئيسية تخدم عن طريق محتويات الموقع في إطار أكثر جاذبية، وتسمى الصفحة المضيفة Home Page، أما المستوى الثاني فهي صفحات الويب التي تحتوي على جوهر الموقع[٢].

الشبكة العنكبوتية العالمية الويب WEB:

يعتبر الويب لمستخدمي شبكة الانترنيت من أكثر الخدمات تطوراً وأكثرها شعبية، كما تضم شبكة الانترنيت عشرات الملايين من صفحات الويب تضاف إليها عشرات الآلاف من الصفحات شهرياً، ومن هنا يجب أن نفرق بين

---

(١) عباس مصطفى صادق ، مصدر سابق، ص٨٩.

(٢) عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنيت، مصدر سابق، ص١١٦.

الانترنيت والويب، إذ يعتقد البعض أنه يمثل الانترنيت في جميع خدماتها، ولكن فعلياً تختلف كل الاختلاف عن الانترنيت، لأنها جزء من الكل، فالانترنيت هي الجانب المادي للشبكة متمثل في مجموع الحواسيب المترابطة فيما بينها على الويب الذي يمثل الجانب المنطقي أو المعني لها والذي يعتمد على إمكانيات الانترنيت للإبحار وتصفح مواقعه المبنية أساساً على لغة النص المترابط، وهي أشهر خدمات الانترنيت والتي تمكن من استخدام المستكشفات من الولوج إلى باقي الخدمات ومنها الكوكل وياهو وغيرها[1].

وتعرف شبكة الويب بالرمز .w.w.w أو 3w والتي تعني world wide web الشبكة العنبكوتية العالمية، وتعرف على أنها خدمة من خدمات الانترنيت تسمح بالوصول إلى المعلومات التي تحتويها خادمات كبرى عالمية، ويتم استكشاف هذهِ المعلومات عن طريق مستكشفات الويب والتي من أشهرها على الاطلاق انترنيت اكسبلورر، ونتسكيب نافبفور التي تسمح للمستخدم بعرض المعلومات التي تحتويها الشبكة[2].

وتحتوي شبكة الويب على معلومات تضم ملفات مبنية على لغة HTML وبعض التطبيقات Java Scripte وJava فالويب WEB أعطى الشبكة شكلاً ومظهراً جديداً للانترنيت عن طريق اختزال الوقت والمسافة لكثير من سكان العالم بعدما كانت مختصرة على الباحثين الجامعيين والشؤون العسكرية في الثمانينيات، وتقوم بربط مختلف مقدمي الانترنيت بعضهم مع البعض الآخر من الروابط المادية المؤلفة من الأجهزة الالكترونية[3]، إضافة إلى روابط منطقية، وتمثل روابط النص

(١) أسامة الحسيني، كل شيء عن الكومبيوتر والانترنيت، القاهرة، مكتبة ابن سينا، ٢٠٠٢، ص١٧٢.

(٢) محمد حسن كاظم، المعلومات نشأت العلم التقنيات- المستقبل، بغداد، دار النشر والثقافة العالمية، ٢٠٠٥، ص١٠٥.

(٣) أسامة الحسيني، ، مصدر سابق، ص١٥٦.

الفائق، بينما تكون عملية البحث عن المعلومات وتبادلها عن طريق بروتوكول الاتصال http الذي يسمح لمختلف المواقع أن تكون مترابطة فيما بينها، مشكلة الويب WEB أو latoil هذا النظام اتصف بالسرعة الفائقة وأصبح الواجهة لكل مستخدمي الويب لملاءمتِهِ مع احتياجاتهم وبساطة الإبحار فيه على غرار الخدمات الأُخرى للانترنيت، فيما تضم محتويات المواقع الصورة والأصوات والفيديو وحزم تنصيب البرمجيات وكذلك النصوص إضافة إلى مقاطع الفلاش والتأثيرات على الصفحات التي تزيد من جاذبية الموقع(١).

أهداف مواقع الويب(٢):

لمواقع الويب دورٌ مهم في عالم الانترنيت إضافة إلى دورها المتميز عند مستخدمي الويب لما تقدمه للمستخدمين من معلومات بها عدة أهداف تنحصر وتتجلى في عدة أمور، تشمل مواكبة التغييرات والتطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال المعلومات عن طريق تقديم المعلومات الحديثة والمستجدات في مختلف المجالات بصفة فورية وسريعة، وبفضل توفيرها لأدوات إتاحة المعلومات العلمية والتقنية والوثائق متعددة الوسائط فإنها جلبت أكبر عدد ممكن من المستفيدين والزائرين، وسعيها المتواصل لإعطاء نظرة وتعريف عن مجموعة من المؤسسات العلمية، وإتاحة المعلومات العلمية والتقنية بواسطة نشر نشاطاتهم وإنجازاتهم العلمية لأغراض استخدامهم في البحوث والإنجازات العلمية، والإعلان لمختلف المنتجات للمؤسسات الاقتصادية عن طريق فتح مجالات معاملات البيع والشراء والتسويق وإتاحة المعلومات وخدمة الويب للمستفيدين بسرعة فائقة وقلة(٣) التكلفة وتغطية الأحداث المهمة في مختلف أنحاء العالم على شكل دوريات مباشرة،

---

(١) منتديات اليسير http://www.alyaseer.net/vb/showpost.php?

(٢) حسني محمد نصر، ، مصدر سابق،ص٣٠.

(٣) سعد غالب، بشير العلاف، الأعمال الالكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٢، ص٢٩.

كما تقدم المواقع محركات البحث التي تتضمنها بالمواضيع والعناوين المقترحة في البحوث العلمية وغيرها.

وتتميز كل خدمة من خدمات الانترنيت بخصوصيات تنفرد ببعضها وتشترك مع غيرها في بعضها الآخر، ويفهم آلية عمل شبكة الويب، فلابد من التعرف على عدد من المفاهيم المتعلقة بهذهِ الشبكة ومن أبرزها بروتوكول نقل النص المترابط HTTP وهو يمثل اللغة التي تشبه لغة الإنسان، فالحواسيب ذات لغات مختلفة لا يمكنها الاتصال فيما بينها إلا عن طريق وسيط، والذي اصطلح عليه Hypertext Transfer Protocol فهو يحقق الاتصال بين الخادم والمتصفح Servers/ clients حيث يعمل وفق طريقة بسيطة جداً وهي استعلام أو طلب Requite تحتوي موقع المصدر بصورة محددة وجواب تحت هيئة ملف البيانات فمحدد موقع المصدر[١].

أنواع مواقع الويب:

تزدحم شبكة الويب بالمواقع ذات الخدمات المختلفة لعدد من الجهات والتي من الصعب تصنيفها لامتداداتها وتنوعها، ويمكن تصنيفها من حيث تبعية الجهة الراعية، إذ تستطيع تصنيف المواقع من حيث طبيعة وصفة الجهة أو المؤسسة الراعية، أي: التي لها سلطة الإشراف على المواقع، أو هو ذو صيغة عامة رسمية أو إنه تابع للخواص [٢].

مواقع رسمية: تخضع هذهِ المواقع إلى الصفة الرسمية بالاعتماد على الجهة الراعية لها من طرف الدولة ووضعها في إطار رسمي، كالمواقع الحكومية بالدرجة الأولى، وهي تلك التابعة لجهات الحكومة بجميع هيئاتها ومصالحها، وتسعى إلى

---

(١) Google (على الخط) بوابة الانترنيت (2003) متاح على الويب

http://www.itep.ae/www.itepae/ARABIC/Educationalcentercommnet/90pher.html

(٢) عباس مصطفى صادق، مصدر سابق، ص٨٩.

تفعيل النشاط الحكومي بينها وبين المواطن، إضافة لمواقع الجامعات والأحزاب والنقابات والجمعيات الرسمية المدعومة من أحد أطراف الدولة، وتكون محتوياتها حسب نشاطها، وتمتاز أكثر بالتعريف بأهدافها ونشاطاتها وطموحاتها.

مواقع خاصة: وتمتاز هذهِ المواقع بالحرية التامة على عكس سابقتها التي تكون أكثر احترازاً منها لأنها في إطار نظام حكومي ورسمي خاضع لعدة قوانين، أما المواقع الخاصة فهي مفتوحة يستطيع أي شخص عرض أفكاره وميوله وتوجيهاته سواء أكانت ذات قيمة علمية ومصداقية أم كانت مجرد افتراءات أم مغالطات أم مواقع لا تمت للأخلاق ولا للقيم الإنسانية بأي صلة بسبب عدم وجود هيئات تراقب محتوى المواقع[١].

المواقع حسب خصوصية المعلومات: تحتوي مواقع الويب على كنز عظيم من المعلومات، فيها ما هو ذو صيغة شخصية، ومنها ما هو تابع لمؤسسات علمية أو تجارية وغيرها، وهذهِ المواقع تكون مواقع شخصية Private sites وتعبر هذهِ المواقع عن شخص معين تحصر خدماته أو أعماله بما يخدم توجهاته وأهدافه، وهذهِ المواقع ينشئها الأفراد لعرض أفكارهم الخاصة، ومنها المدونات الشخصية، وكذلك كمواقع مؤسساتية تبنيها الشركات[٢] والمؤسسات للتعريف بأنشطتها أو ترويج منتجاتها وخدماتها، وهنالك مواقع شخصية مؤسساتية وهي مواقع مصممة أساساً لعرض أفكار وآراء ومبادرات أصحابها، ولكنها تقوم في الوقت ذاته بدور مؤسسي كالتعريف ببلد أو حضارة ما أو تبني مشروع معين.

وهنالك مواقع حسب طبيعة الخدمات لأن الخدمات التي تقدمها مواقع الويب تتعدد باختلاف حاجات المستفيدين للشبكة وهي واسعة ومتسعة فلابد أن

---

(١) محمد بن صالح، موقع على شبكة، الانترنيت ودوره في تقديم المعلومات، ٢٠٠٥م.
http://www.informatus.Gov.sg/magasine/melodules506html

(٢) www.dw-world-de/dw/article/o2144?1681786,00,html

نذكر عدداً منها[1]:

١-المواقع التجارية: وهذهِ مصممة لتسهل على الزائر العثور على الحلقة التي يريدها بعدة طرق وتقدم له معلومات تفصيلية عنها مع الصور، يسمح بشرائها مباشرة ودفع القيمة، وغالباً ما تكون عن طريق بطاقات الائتمان مع وجود خيارات أُخرى فيما يخص الدفع وطريقة الشخص التي يفضلها المشتري وبيان التكلفة الإجمالية في كل حالة. فيما تقدم المتاجر الافتراضية المتقدمة (المواقع التجارية) خدمات إضافية للمشتري مثل تزويده بالمعلومات عن السلع الجديدة التي يهتم بها، وتذكره بالأعياد والمناسبات المختلفة وما يتناسب معها من هدايا، وتتضمن صفحات الويب قواعد بيانات خاصة بالزبائن، وأُخرى للمخزون والشحن والمحاسبة أو ما يسمى بالنظم الخلفية، لأنها تعمل وراء الكواليس عن طريق صفحات الويب في شكل نماذج For Mulair.

٢-المواقع الإرشادية: وهي مواقع ضخمة تعرف بأدلة البحث العلمي على الشبكة، ومن نظيراتها محركات البحث مثل الدليل Yahoo ومحرك البحث Google وعدد آخر من هذهِ المواقع وتضم داخلها مساحات للدعاية والإعلانات[2].

٣-المواقع الإخبارية: وتحمل هذهِ المواقع في صفحاتها الإخبارية والتحليلات المتجددة يومياً وهي في استمرار دائم وغالباً ما تكون تابعة للقنوات التلفزيونية وخاصة الإخبارية أو وكالات للأنباء، ويكون وراء هذهِ المواقع كُتاب متربصون بكل جديد إضافة إلى المواقع الإعلامية المتعددة.

---

(١) شبكة الويب العالمية بوابة الانترنيت، مصدر سابق، ٢٠٠٣م

www.itepae/www.itepae/ARABIC/Educatina/center

(٢) مراد شلبانه وآخرون، مقدمة إلى الشبكات، عمان، دار المسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ، ٢٠٠٢، ص١٦١.

المواقع التعليمية التابعة للجهات والمؤسسات التعليمية من أجل التعريف بها ووصفها أو لغاية استغلالها في الخدمات العلمية والإدارية للطالب والباحث من خلال الدراسة عن بعد سواء للاستفادة من أرصدة مكتباتها أم خلق التفاعلية على المواقع[1].

يقدم الاتصال على الحاسبات أشكالاً عديدة من التفاعلية عن طريق المضامين التي تحتويها، وإتاحة رد الفعل أو رجع الصدى feedback، والمواقع الإعلانية وبالمقارنة بوسائل الإعلام المطبوعة والمذاعة تسهل على مستخدمي الانترنيت الاتصال بالقائمين بالاتصال عن طريق قوائم البريد الالكتروني ذات الوصلات الفائقة hyper linked e-mail lists للمحررين والمخرجين بينما يشهد العالم اليوم إضافةً للبريد الالكتروني ومنها المواقع الإخبارية الالكترونية تجريب أساليب مختلفة لقنوات رد الفعل، مثل الخطابات الالكترونية إلى المحرر وغرف الحوار واللوحات الإخبارية وندوات النقاش والأسئلة الموجهة إلى الخبراء[2].

تعد طرق تبادل المعلومات بأشكالها المختلفة في شبكات الكومبيوتر حالة اتصال مستمر هاتفياً أو غيره، وهذهِ النظم حسب تعريف الموسوعة البريطانية لنظم النشر بأنها نظم الكترونية تفاعلية تقوم بتوصيل المعلومات إلى المستخدمين عبر الهاتف ومنها إلى الكومبيوتر الشخصي أو عبر الكوابل إلى النهايات الطرفية وتقدم هذهِ الخدمات المعلومات المختلفة، وهي في العادة تأتي في شكل نصوص للأخبار والتعليم والأعمال والترفيه والتسويق، وتوفر أيضاً بعض الخدمات الصوتية كما كان (الفيديو تكس) يمثل بدايات نظم النشر على الخط Online

---

(١) إياد حسن الرمضاني وآخرون، المدخل إلى الشبكة التبادلية والبريد الالكتروني، الموصل، دار الكتب للطباعة والنشر، ص٣٠.

(٢) عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنيت، قواعد النشر الالكتروني الصحافي الشبكي أبو ظبي،الظفر للطباعة والنشر،٢٠٠٣، ص٦٦.

Publishing Systems وتسمح الخدمات المتطورة للمستخدمين بحجز تذاكر السفر وشراء الأسهم والاتصال مع المستخدمين الآخرين، وكانت هذهِ الخدمات في الولايات المتحدة الأمريكية، حالة أكثر تطوراً بعد التلتيكست التي كانت تبث الأشكال الثابتة عبر الكوابل أو الراديو ليتم استقبالها على جهاز تلفزيون معد لاستقبالها، فيما يتم عبر (الفيديو تكس) إرسال الأشكال الثابتة رقماً عبر المقاسم العامة، ويتم استقباله بالتلفزيون أو الكومبيوتر بواسطة معدل Modem وأهم الفروق بينهما أن (نظام التلتيكست) ينتمي إلى طريقة الإرسال ذات الاتجاه الواحد أو غير التفاعلي و(الفيديو يوتكس) يعد أحد طرق الاتصال التفاعلي ويتمثل فيه مواصفات الاتصال الشبكي على الخط Online[1].

(١) عماد عبد الوهاب الصباغ، تطبيقات الحاسوب في نظم المعلومات، عمان، دار الثقافة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٠، ص٥٠.

المبحث الثالث

الإعلانات الالكترونية على الانترنيت

أولاً: تعريف الإعلان:

هو أحد الأنشطة الاتصالية التي لا غنى عنها للأنشطة الاقتصادية من صناعة وتجارة وخدمات وغيرها سواء أكانت ربحية أم غير ربحية وإنتاجية أم خيرية أم منظمات خيرية أم إنسانية و بدون الإعلان لن تحصل على الدعم المجتمعي والتمويل المادي اللازم لاستمرارها في أعمالها وأدائها لرسائلها.

ويعرف الإعلان(١) بأنه فن التعريف ووسيلة اتصالية إقناعية موجهة للجمهور بما يعلن عنه، وهو عملية اتصال تهدف إلى التأثير من بائع إلى مشتر، ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة إضافة إلى أن الإعلان هو الوسيلة المستخدمة في تسليم الرسالة البيعية.

فالإعلان باللغة الإنكليزية Advertising وفي اللغة العربية له دلالات بأهمية وتوسيع استخداماته، ويعني لفظ الإعلان (أعلن، يعلن، إعلاناً) بمعنى أظهر، أشهر، جهر، ومصدرها من لفظة العلانية أي إظهار الشيء أو إعلانه جهراً.

وأعطى المفكر والمعلم اللبناني، بطرس البناء الإعلان مفهوماً لغوياً بمعنى آخر بقوله هو (الإظهار) والنشر(٢).

و تطور الإعلان تطوراً ذاتياً مقترناً بالتطور التقني الذي وصل إليه مع التطور الكبير الذي أحدثته الحواسيب في عالمنا اليوم، انعكس ذلك بدوره على عالم

---

(١) النور دفع الله أحمد، إعلان الأسس والمبادئ، الإمارات-العين، دار الكتاب الجامعي العين، ٢٠٠٥، ص٢٣

(٢) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، القاهرة، دار الشروق، ١٩٨٩، ص١٧.

الدعاية والإعلان فتطوير التصميم في شكل الإعلانات وإخراجها وأصبح فيه من الجاذبية الشيء الكثير، فالإعلان هو فن التعريف The art of Making Known ووسيلة اتصال إقناعية موجهة للجمهور، ويسعى لتسليم الرسالة البيعية إضافة إلى كونه عملية اتصال تهدف إلى التأثير من بائع لمشتر على أساس غير شخصي ويتم الإفصاح المعلن عن شخصيته، ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة[1].

وهذا لا يعني أن الإعلان من الفنون المستحدثة، وإنما هو قديم قِدَم الإنسان وحضارته وتاريخه، وقد بدأ الإعلان على شكل تطورات بمرور الزمن حتى وصل إلى فن الإعلان الذي نعرفه اليوم. بدأ من إعلان المنادي الذي كان يوفده الحاكم من ملوك وأُمراء والذي كان يتجول في الأسواق، يجمع حوله الناس بقرع الطبول ليبلغهم برسالة، وكذلك (الدلال) الذي يجتهد قدر استطاعته في جذب الناس لبضاعته، ويخبرهم بمزاياها، ويخفي عيوبها، ويقوم بتجميلها قدر المستطاع حتى يزدحم الناس حولها، وصولاً إلى ظهور الدين الإسلامي والإعلان عن وقت الصلاة بالأذان.

وشهد عصرنا الحديث ظهور إعلانات الصحف والمجلات والدوريات والمنشورات والملصقات الإعلانية غير المباشرة والكتيبات والمطبوعات التي ترسل بالبريد لأشخاص بعينهم، والإعلانات الخارجية وإعلانات الشوارع والمعارض والإعلانات على جوانب الحافلات العامة، والإعلانات المسموعة التي تبث على موجات الأثير الإذاعي، والإعلانات المسموعة المرئية، وهي إعلانات التلفزيون الأكثر انتشاراً الآن، وكذلك إعلانات دور السينما، والإعلانات على شبكة الانترنيت موضوع بحثنا.وقد ازدادت أهمية الإعلان بازدياد عدد مستخدميه حول العالم فأصبح وسيلة اتصالية مهمة[2].

---

(١) النور دفع الله، ص٢٤.

(٢) منى الحديدي،الإعلان، القاهرة،الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٢،ص٢٥.

ويوكل النشاط الإعلاني إلى إحدى الوكالات التي تولي مسؤولية التخطيط والإشراف والتنفيذ المباشر أو يتولى المعلن نشاطه الإعلاني بنفسه، وفي كلتا الحالتين لابد أن يكون هناك جهاز يتولى القيام بنشاط الإعلان، ويتحمل مسؤوليته من ذلك بشكل كامل أو بالاشتراك مع الوكالة الإعلانية التي تم الاستعانة بها وبخدماتها، وهذا الجهاز الإداري قد يكبر أو يصغر من حيث حجمه الإداري وحسب حجم الوظائف التي يتولى القيام بها، والتي تتعلق بالنشاط الإعلامي في المنظمة[1]، فالإعلان على الانترنيت هو عملية اتصال عن طريق نشر وبث الرسائل الإعلانية المقروءة بما فيها شبكة الانترنيت في أوساط الجمهور المستهدف من أجل تحفيزه على شراء السلع والخدمات، واستمالته إلى الاقتناع بتلك الرسائل، واتخاذ القرار المناسب بشأنها. وتعرف جمعية التسويق الأمريكية الإعلان/ بأنه وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار والسلع والخدمات وترويجها بوساطة جهة معينة مقابل أجر[2].

ثانياً: تطور الإعلان على الشبكة الدولية:

تعد صحيفة تريبون الأمريكية التي تصدر في ولاية نيومكسيكو أول صحيفة ورقية تخرج عبر شبكة الانترنيت وتؤسس لها موقعاً على الشبكة في عام ١٩٩٢[3]، مما أتاح المجال للمعلنين عبر شبكة الانترنيت لإيجاد وسيلة جديدة للاتصال بالجمهور، وبدأ أول ظهور للإعلانات على الشبكة الدولية للانترنيت عام ١٩٩٤ على شكل شريط إعلاني ثابت عن شركة (A Tand T) على موقع (هوت وايد) وعنوان على شبكة الانترنيت http://www.hotwied.com في يوم ٧ تشرين

---

(١) قحطان بدر العبدلي وآخرون،الترويج والإعلان،الاردن، دار زهران للنشر والتوزيع، ١٩٩٦، ص٢٩.

(٢) أحمد محمد المصري، الإعلان، مؤسسة شباب، الماحق للطباعة والنشر، ١٩٨٥، ص٧٠.

(٣) حسين محمد نصر، الانترنيت والإعلام، الصحافة الالكترونية، الكويت، مكتبة الفلاح، ٢٠٠٣، ص٩٤.

الأول، بعدها تم تفاعل الإعلانات ما بين عامي ١٩٩٥ و١٩٩٦م بعد أن قامت شركات برامج تصفح لشبكة الانترنيت بدعم الملفات الالكترونية الأكثر تفاعلاً، بعدها أقدمت شركتا مايكروسوفت وديزني بتصميم إعلانات عبر شبكة الانترنيت من هذا النوع فيما أعلنت شركة (صن) في ٢٣ أيار ١٩٩٥م رسمياً عن لغات البرمجة التطبيقية (الجافا والهوت جافا) وكانت شركة (HP) صاحبة أول إعلان الكتروني متفاعل المنفذ بتكنولوجيا الوسائط الفنية (Rich Media)، وقامت بتطوير إعلان الكتروني متفاعل على شكل لعبة فيديو الكترونية تسمى (pong) منفذة ببرمجة (لغة الجافا) ويمكن للمتصفح لشبكة الانترنيت أن يلعب بهذهِ اللعبة داخل الشريط الإعلاني الذي يحتوي على الشعار الخاص بشركة (HP)، وحظيت هذهِ اللعبة بشعبية طاغية، واستمتع الزوار أغلب الوقت باللعب عليها، ومن ثم جذب انتباههم نشاط شركة (HP).ومع تقدم التقنية وتطبيقاتها تطورت مزايا الإعلان الالكتروني على الانترنيت عن طريق ما يأتي:

١-الدخول ٢٤ ساعة يومياً على الموقع.

٢-تكلفة إنتاج ووضع الحملات الإعلانية أقل من الوسائل الإعلانية الأُخرى فهي رخيصة.

٣-القدرة على التفاعل المباشر بين المعلن والعميل التي لا تعرف الحدود.

٤-إمكانيات عالية للإبداع والتصميم وهي شخصية ومتفردة.

٥-تحديث وتغير الإعلان في أي وقت وبسهولة.

٦-سهولة البحث عن الإعلان بمرونة وتفاعلية.

٧-مساحات تخزين عالية[1].

---

(١) سعد الكاتب، الإعلام القديم والجديد، موقع الإعلان الالكتروني على الانترنيت،كتاب منشور على ألنت، ص٢٩.

٨-يستثمر عن طريق المواقع كافة والصفحات والبوابات[1].

إن هذهِ الميزات للإعلان على الانترنيت حفز الشركات والمنشآت التجارية على أن تهتم بالإعلانات التجارية عبر الانترنيت لأهميته من الناحية المادية، وعن طريق استخدام ميزانية مساوية أو أقل من تلك التي يتم صرفها على الإعلانات التقليدية واكتشفت هذهِ الشركات خلال السنوات الماضية من تطور شبكة الانترنيت أن عائدات الإعلانات على الانترنيت أكثر بكثير من عائداتها من الإعلانات التقليدية التي تتطلب نفقات كبيرة في مجال التصميم والطباعة والإخراج، إضافة إلى ذلك تتميز إعلانات الانترنيت بإمكانية تطويرها وإضافة التغييرات إليها وإخراجها بعدة نسخ وتصاميم متنوعة بشكل أسهل وأسرع، وهو الشيء الذي يعني بلغة الأرقام أن كلفة تصميم إعلانات الشبكة العنكبوتية ووضعها على الانترنيت لا تكلف أية مبالغ مالية لعمليات الطباعة والإنتاج، لأنه لا وجود لهذهِ المراحل مع هذا النوع من الإعلانات، كما توفر شبكة الانترنيت حرية اختيار الألوان ونوع (بنط) الكتابة والرسومات والشكل العام من دون أية كلفة إضافية، إضافة إلى أن إعلان الانترنيت يؤثر تأثيراً مباشراً في السياسة التسويقية لشركة ما، بسبب القابلية التي توفرها هذهِ النوعية من الإعلانات لما يعرف بالاستبدال الآني، ذلك لأن من أهم العلامات التي ترغب الشركة في معرفتها ما إذا كانت الحملة الإعلانية والتسويقية التي تقوم بها لتسويق فتح أو خدمة ما قد آتت ثمارها[2].

إن وجود شركات إعلانية الكترونية على الشبكة العنكبوتية تعمل على تقديم خدمات متعلقة بهذهِ النوعيات من الإعلانات وأهم من الخدمات مساعدة

(١) مجدي محمد أبو العطا، تصميم صفحات الانترنيت كمبيوسانت،القاهرة،العربية لعلوم الحاسبات، ، ٢٠٠٥، ص١٧.

(٢) فاربي،فن الإعلان،ت:عبد الحكم الخزامي،مصدر سابق ،ص١١٢.

الشركات في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الزبائن، ومن مثل هذهِ الشركات Be Free line الموجودة على الموقع www.befree.com التي تستخدم طرقاً معينة مثل التسويق عبر المصادر السائدة للمساعدة في نشر الإعلان بكل طريقة ممكنة[١].

ومن هنا فإن تكنولوجيا الإعلام والاتصال إنما تمثل جهاز المعارف الذي من شأنه أن يطور الأساليب الضرورية للتحكم في مصادر الإعلام إنتاجاً واستقلالاً وتخزيناً ومن ثم إرسالها[٢]، فعبر وسائل الاتصال بالانترنيت يمكن للمعلن أن يعلم عن طريق عداد الزوار visitor counter داخل الموقع المعلن عنه، ومراقبة عدد الزوار، ومعرفة مجمل العدد الزائد بعد التأكد من تسجيل أرقام عدد الزوار قبل الإعلان، وقد يحقق الإعلان الغرض المطلوب منه ابتداءً من اليوم الأول وتستمر النتيجة لفترة قد تصل إلى شهر كامل، وتتوقف نتيجة الإعلان على حسب الخدمات التي يقدمها الموقع المعلن عنه، أو على حسب رغبة المستخدمين في السلعة المعلن عنها، أو عن طريق الاتصالات الهاتفية أو رسائل الإيميلات التي تستفسر أو ترغب في المنتج المعلن عنه، وقد استحوذت النظم الالكترونية المتعددة أحدها على الآخر بعد تعاظم أهمية تكنولوجيا المعلومات (IT) وما ترتب على ذلك من نمو في وسائل الاتصال الالكتروني وحدوث اختراق جماهيري ضخم لأساليب الإرسال والاستقبال للرسائل الالكترونية وتكاثر الطرق منها:

١- أجهزة الكومبيوتر وخاصة أجهزة الكمبيوتر الشخصية.

٢- أجهزة الكومبيوتر المحمولة يدوياً.

---

(١) الإعلانات الالكترونية موضوع منشور في موقع زوما ١٢/ ٩/ ٢٠٠٧م

http://www.zoma.host.sklez/anat.htm

(٢) يحيى اليحاوي في العولمة والتكنولوجيا والثقافة، مدخل إلى تكنولوجيا المعرفة، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت- لبنان، ٢٠٠٢، ص١٢٠.

٣- أجهزة التلفزيون الثابتة.

٤- أجهزة التليفونات المحمولة.

واحتواء الانترنيت لكل هذهِ الوسائل واستخدامها في شتى النواحي الاقتصادية والصناعية والعلمية والبحثية وغيرها، وخلق التفاعل العلمي والتقني لهذهِ الرسائل[1].

إن الإعلان على الانترنيت أصبح يتعاظم ويتوسع يوماً بعد يوم لتأثيره القوي وسرعته في الاستجابة، وعن طريق البريد الالكتروني المتوفر مجاناً ولأي شخص وبواسطة إرسال خطابات شخصية إلى كل فرد شخصياً، ويحقق بذلك الخطاب المسجل بالبريد ١٠٠٪ من اطلاع المستخدم على الإعلان على عكس الإعلانات في الصحف والمجلات والتلفزيون التي تكون غير موجهة بل عامة إلى جميع الناس إضافة إلى أن الإعلان في الانترنيت يكون مدعوماً بالصور وبجميع الوسائل لإقناع العميل على عكس الإعلانات في الصحف والمجلات والتلفزيون والتي تكون مختصرة بقدر الإمكان، إضافة إلى أن الكمبيوتر أصبح الآن لغة العصر والأكثر استخداماً عند معظم الناس[2].

ثالثاً: أنواع الإعلان عبر شبكة الانترنيت:

إن الإعلان ليس عصا سحرية لحل مشكلات الأعمال بل جوهره توصيل رسائل إلى الجمهور، ويستمد قوته من قوة السلعة أو الخدمة التي يعلن عنها، وقد يستطيع الإعلان بيع منتج رديء مرة ولكن لا يستطيع ذلك لمرتين خاصة عندما يفشل المنتج في إشباع حاجة العميل بنجاح، ولهذا فللإعلان مكانة قوية ولكنها

---

(١) فاربي، مصدر سابق، ص١٤٣.

(٢) موقع الوكلاء mht. الوكلاء mhtml:file:/D 30/3/2008 الإعلان الالكتروني.

محدودة. والإعلان جزء من عملية واسعة على مستوى التسويق أو الشركة ككل وهو جزء من أنشطة تعتمد كل حلقة من حلقاته على الربط على الأُخرى، وتكون قوة كل حلقة مساوية لقوة أضعف حلقة في السلسلة، لا يستطيع الإعلان التغلب على التسعير الضعيف والجودة الضعيفة والتوزيع الضعيف وكذلك التنظيم الضعيف[1].

ومن أهم أنواع الإعلان في الشبكة العنكبوتية يمكن إجمالها كما يأتي:

إنشاء موقع خاص بالشركة Website:

تعد المواقع الالكترونية بحد ذاتها إعلاناً مباشراً للشركة ومنتجاتها إذ تعد هذهِ المواقع واجهة المتجر (store front) ويمكن للمستخدم أن يجد الكثير من المعلومات عن الشركة ومنتجاتها، وتعد بعض الشركات إنشاء موقع لها على الشبكة بمثابة منشورات دعائية لترويج منتجاتها[2]. فالمواقع الالكترونية ليست مجرد إعلان عن الشركة ومنتجاتها باستثناء استخدامها كمنشورات أو وسيلة للتسلية ونشر المعلومات التي تهم الزائر، وقد يتم البيع عن طريق هذهِ المواقع التي تستقبل طلبات الشراء وأسئلة وتعليقات زوار المواقع.

الإعلانات المبوبة Classified Advertising:

وهي تشبه لحد ما الإعلانات المبوبة في الصحف، والكثير من المواقع تعرض هذا النوع من الإعلانات ومنها محرك البحث Yahoo ومن بين التحفظات التي وضعتها الشركة لتحقيق مزيد من النجاح في استخدام هذا

---

(١) فاري، فن الإعلان، ت: عبد الحكيم أحمد الخزامي، مصدر سابق، ص١٥.

(٢) نيل باريث، الإعلان على الانترنيت، ت: فريق بيت الأفكار الدولية، أويكا، ١٩٩٨، ص٥١.

النوع من الإعلان هي[1]:

١-تعدد القوائم في الإعلان نفسه يشتت الزائر.

٢-المواقع التي تتبنى الإعلانات المبوبة وتأخذ رسوماً مقابل هذهِ الإعلانات عادةً ما تكون وسيلة أفضل أو أعلى في الجودة من الخدمات المجانية.

٣-بعض المواقع المجانية تستخدم موقعها لجميع عناوين البريد الالكتروني وبيعها، وعند التعاقد مع هذهِ المواقع يجد المعلن نفسه وسط قوائم من البريد الالكتروني بدلاً من الوصول إلى الجمهور المستهدف.

٤-لتحديد أفضل موقع للإعلانات المبوبة لابد من اختيار الموقع وجودة الاستجابة قبل الاستثمار فيه[2].

إعلانات اللافتات Banner Advertising:

وهي عبارة عن إعلانات صغيرة مستطيلة ثابتة أو متحركة والتي غالباً ما تظهر في أعلى الصفحة ويؤدي الضغط أو النقر على هذهِ الإعلانات إلى تحويل الزائر إلى الموقع الخاص بالمعلن للحصول على معلومات أكثر، ويسمى موقع المعلن بالإعلان المستهدف (Target Advertising) والذي يتراوح ما بين صفحة واحدة سهلة إلى صفحة بها إمكانات الوسائط المتعددة والتي تؤدي بدورها إلى سلسلة من الصفحات المرتبطة بعضها ببعضها الآخر أو تمثل موقعاً متكاملاً على الشبكة.

وتقسم إعلانات اللافتات إلى أربعة أنواع[3]:

١- لافتات ذات حجم كبير (full banner) والتي يبلغ ارتفاعها ٦٠ بكسل

---

(١) عمرو حسن جند الدين، التسويق، القاهرة، مكتبة عين الشمس، ٢٠٠٣، ص٢١٧.

(٢) موقع زوما، مصدر سابق http://www.zoma.host.sk/e3/anat.htm

(٣) فاربي، فن الإعلان، ت: عبد الحكم أحمد من الإعلان، مصدر سابق ،ص١٤٥.

وعرضها ٤٦٨ بكسل.

٢- لافتات ذات حجم أقل (half banner) والتي يبلغ ارتفاعها ٦٠ بكسل وعرضها ٢٣٤ بكسل.

٣- لافتات عمودية.

٤- لافتات على شكل مستطيل صغير.

ويهدف المعلنون من استخدام إعلانات اللافتات إلى تحقيق الأهداف الآتية:

أولاً:- نقل أو توصل المحتوى (delivering content) وهذا يحدث عند الضغط والنقر على إعلانات اللافتات، إذ ينتقل الزائرون من موقع الناشر إلى موقع المعلن(١).

ثانياً:- إجراء الصفقات إذ يتضمن الإعلان خيار الشراء الذي يمكن المستخدم من الشراء عن طريق شبكة الانترنيت.

ثالثاً:- تكون اتجاهات نحو الماركة إذ تساعد الإعلانات عن منتجات الشركة على بناء إدراك للماركة، وأن هذهِ الإعلانات اللافتة تخلق إدراكاً أعظم للماركة بالموازنة مع إعلانات التلفاز والإعلانات المطبوعة.

رابعاً:- قد يكون الهدف من الإعلان التذكير بالشركة وخدماتها(٢).

إعلانات الأزرار Button Advertising:

وهي إعلانات صغيرة مربعة أو مستطيلة تحمل اسم الشركة أو الشعار الخاص

---

(1) http://www.netb2b.com/egi-bin/egi-article/weekly08/11/98

(٢) ورقة عمل مقدمة إلى موقع شبكة الخدمة العربية بتاريخ ١٠/ ١/ ٢٠٠٥ ،ص٢.

http://www.asrv.net/main/ban.html

بها وعادةً ما تستخدم من أجل تحميل برامج مثل (Net scape) ويؤدي الضغط والنقر على هذهِ الإعلانات إلى تحويل الزائر إلى الموقع الخاص بالمعلن، ويساعد هذا النوع من الإعلانات على تكوين إدراك للماركة مثله مثل إعلانات اللافتات ولكنه يتميز عنه بأنه يلقى استجابة أسرع من قبل المستخدم، لأنه يرتبط عادة ببرامج تحميل مجاني ويمكن وضعه في أماكن عديدة في المواقع إضافة إلى كونه يشغل حيزاً أقل من إعلانات اللافتات، وأنه أقل تكلفة بالموازنة مع إعلانات اللافتات[1].

مواقع الدردشة Chatting:

تضم الشبكة العالمية عدداً من مواقع الدردشة وتتوسع يوماً بعد آخر ومن أشهرها (Yahoo- Hotwired- Globs) يتيح أماكن للمعلنين لوضع إعلاناتهم في غرفة الدردشة، وتعد مواقع الدردشة فرصة للمعلنين للوصول إلى المستخدمين المستهدفين الذين يناقشون موضوعاً معيناً، ويرى المعلنون أن مستخدمي الدردشة بإمكانهم رؤية الإعلان والتفاعل معه أثناء الحوار بينهم، فيما يرى البعض الآخر أن المستخدمين يكونون مشغولين بالحوار ولا يعيرون الإعلان أي أهمية[2].

إعلان الرعاة Sponsorship Ads:

يقوم المعلن برعاية جزء من صفحة أو عدة صفحات من موقع الناشر لعرض الإعلان عن المنتج الذي يريد الترويج له، ويتم وضع إعلانات الرعاة في المواقع المشهورة والتي يزورها عدد كبير من الزوار، وذلك بسبب التكلفة العالية لإعلانات الرعاة، بحيث تكون فرصة التعرض لهذهِ الإعلانات أكثر، وتعد من

---

(١) عبد السلام أبو تحف، هندسة الإعلان، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، ٢٠٠٣، ص٢٠٧.

(٢) http://www.netb2b.com/egi-bin/egi-article/weekly08/11/98

أوائل الشركات لهذا الإعلان شركة (IBM) راعي لموقع (super Bowl) منذ عام ١٩٩٦م وبتكلفة مليون دولار لكل حدث(١).

المحتوى المتزامن Syndic atal content:

في هذا الإعلان يقوم المعلنون برعاية المواقع ذات المحتوى القصصي إضافة إلى إظهار المنتج بالإعلان عن طريق استخدام الشاشة كلها (full- screen) وكذلك الرسوم المتحركة أثناء القصة التي يتم روايتها، ولابد أن يكون موضوع القصة متناسباً مع طبيعة المنتج الذي يتم الإعلان عنه لكي يستطيع الإعلان جذب انتباه المستخدم(٢).

الإعلان جزء من محتوى الناشر Advertorial:

يطل علينا هذا الإعلان في صفحة الناشر (Advertoial= Ads+ editorial) ومع أن هناك فصلاً بين الإعلان والمادة المنشورة إلا أنه قد يستطيع الزائر تمييزه عن المواد المنشورة، ولكون شبكة الانترنيت هي مكاناً للبحث عن المعلومات وليس الإعلانات فقط، فإن الإعلان مع المواد المنشورة تعد طريقة لجذب انتباه المستخدم(٣).

تقنية دفع الإعلان Push Technology:

إن شبكة الانترنيت تعتمد على تكنولوجيا الدفع على إرسال معلومات بحاسب المستخدم بدون طلب المستخدم لها، وهي التكنولوجيا التي تعتمد عليها الوسائل

---

(١) .http:aol.pewebopedia.com/TERM/p/pointcast,"push", p-1- 2.

(٢) بشير العلاق وعلي ربايعة ،الترويج والإعلان، عمان، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع بلا تاريخ نشر، ص١٥٤.

(٣) فاربي، فن الإعلان ، مصدر سابق، ص١٥٥.

واسعة الانتشار، إذ ترسل المعلومات بغض النظر عن طلب المستقبل أو رغبته في تلقيها، وهناك أكثر من أسلوب لتطبيق هذهِ التكنولوجيا في الإعلانات المبثوثة عبر شبكة الانترنيت، وتشمل هذهِ التكنولوجيا:

عرض الإعلان في خلفية الشاشة point cast:

بدأت إحدى الشركات في عام ١٩٩٢م بتوصيل الأخبار وغيرها من المعلومات لشبكة الانترنيت كخدمة مجانية مع إدخال تقنية الدفع إلى شبكة الانترنيت، وتعتمد على وجود برنامج يقوم بإرسال أحدث الأخبار تحت عنوان أو موضوع معين يطلبه المستخدم، ويقوم المستخدم بملء قائمة تحتوي على ما يريده من معلومات [١] إضافة إلى بعض الخصائص الديموغرافية، ثم تظهر المعلومات التي طلبها المستخدم في خلفية الشاشة Back ground وإضافة إلى المعلومات التي طلبها المستخدم يقوم المعلن أو راعي هذا النوع من البرنامج بإدخال إعلان معين على الشاشة وسط هذهِ المعلومات، وهذهِ المعلومات لا يراها المستخدم إلا بعد تحميلها بالكامل، ومن ثم فهو لا يشعر بتأخير تحميل الإعلان مثلما يحصل على صفحات الشبكة إذ يعرض الإعلان عندما لا يكون المستخدم بحاجة إلى شبكة الحاسب أو لا يستخدمه idle time of computer والجانب السلبي لهذهِ الطريقة هي أن المعلن لا يستطيع تحديد ما إذا كان المستخدم موجوداً امام الحاسب أويرى الإعلان فيما بعد، الجانب الإيجابي في هذهِ الطريقة أن المعلن يتصرف فيها على الخصائص الديموغرافية للمستخدم ومن ثم يستطيع المعلن تصميم إعلان يتناسب مع هذهِ الخصائص.

الشبكة الخلفية Back Web:

وهو نوع آخر من أساليب دفع الإعلان ويهدف إلى إمداد المستخدم بمعلومات

---

(١) دفع الله أحمد، مصدر سابق: ص٨٥.

معينة يطلبها ولكنه يختلف عن الأسلوب السابق[1] ويتم فيه عمل رمز صغير (icon) في ركن من أركان الشاشة يلفت نظر المستخدم لورود المعلومات المطلوبة أثناء استعمال المستخدم للحاسبة، ويضغط المستخدم نقرة على هذا الزر يستطيع الحصول على المعلومات المطلوبة إضافة إلى رؤيته للإعلان.

إعلانات الواجهة Interstitial:

توضع الصفحة وسط التدفق الطبيعي لمحتوى موقع الناشر وذلك لغرض الإعلان، وقد يكون متطفلاً بدرجة أو بأخرى، ويعتمد قياس رد فعل الزائر تجاه ذلك على مدى ترحيبه أو استمتاعه بالرسالة، فهي تصميم بحيث ينتقل الزائر بشكل أوتوماتيكي وتلقائي إلى الصفحة التي طلبها بعد السماح بوقت كافٍ لتحميل الرسالة بالكامل[2]، ويقوم الإعلان بمقاطعة المستخدم عن أدائه على الحاسب مثل ذلك إعلانات التلفاز عندما تقاطع برنامجاً أو مسلسلاً ما، وبالتالي ليس للمستخدم أي تحكم فيه، وعادةً فإن ما تستغرقه هذهِ الإعلانات من الوقت هو (١٠ ثوانٍ) أو أقل، ويجب أن تحتوي إعلانات الواجهة على مفتاح للخروج من هذهِ الإعلانات بحيث يستطيع الزائر الذي ليس لديه أي اهتمام بالرسالة الإعلانية التخلص منها من خلال الضغط والنقر على مفتاح الخروج. وظهر هذا الإعلان لأول مرة عام ١٩٩٧م وكانت تشكل نسبة هذهِ الإعلانات واحداً بالمئة أو اثنين بالمئة من إعلانات الانترنيت في ذلك الوقت بعدها انتشر استخدامها وتطور[3].

محركات البحث:

أدرك المعلنون أهمية الإعلان في مواقع محركات البحث بعد الكم الهائل

---

(١) فاربي،مصدر سابق،ص١٦٠.

(٢) النور دفع الله أحمد، مصدر سابق: ص٨٧.

(٣) عبد الأمير الفيصل، مصدر سابق، ص١٠٩.

للمعلومات على الشبكة الذي خلق الحاجة إلى ضرورة وجود برامج تساعد في البحث عن المعلومات وظهور محركات البحث مثل google infoseek- yahoo وغيرها، والتي يستطيع المستخدم أثناء بحثه عن المعلومات إدخال كلمة أو عبارة متعلقة بموضوع البحث، وتقوم محركات البحث بإيجاز معلومات أو عناوين مواقع متعلقة بالموضوع المطلوب، وشهدت محركات البحث زيارة عدد كبير من المستخدمين شهرياً، وتعد هذهِ المواقع بوابة لدخول المواقع الالكترونية مما دفعهم للإعلان في هذهِ المواقع.

ويعد ترتيب الشركة في قائمة نتائج البحث التي تقوم بها محركات البحث من الأمور المهمة التي تأخذ بنظر الاعتبار أثناء تخطيط الحملات[1] الإعلانية، لأن المواقع الالكترونية التي تظهر في أعلى القائمة وفي أول صفحة هي الأكثر احتمالاً للزبائن أو المتصفحين من المواقع المذكورة في أسفل الصفحة، وأن ٧٪ من المستهلكين فقط لا يبحثون بأكثر من الصفحات الثلاثِ الأولى التي تظهر نتيجة البحث.

ولتحسين ترتيب الشركة في قائمة نتائج البحث تقوم الشركات بما يأتي:

١- التسجيل في أكبر عدد ممكن من محركات البحث.

٢- التأكد من الكلمات الرئيسية المستخدمة في فهرسة المواقع الالكترونية عند البحث عن مواضع مرتبطة بالموقع.

٣- ربط الموقع بمواقع أُخرى ليسهل على الزوار الانتقال من هذهِ المواقع إلى الموقع المراد زيارته مباشرة.

وأصبحت الحملات الإعلانية على الانترنيت حملات عالمية سواء تعلق الأمر

(١) جريدة الجزيرة الالكترونية السعودية ١٢/ ٧/ ٢٠٠٧.

بنشاطها في مجال الوكالات الإعلانية (الإنشاء) أم التخطيط الإعلامي أم شراء المساحات الإعلانية، وهذا البعد يسمح لهذهِ المجموعات بمرافقة زبائنها المعلنين حيث ما كانوا ومهما كانت طبيعة الوسيلة الإعلامية المستعملة في العمل الإعلاني، لأن الممارسات الاستهلاكية تختلف من بلد الى آخر، وهذا يتطلب تعديل الحملات الإعلانية التعريفية وتكيفها حسب الخصائص المميزة للجمهور المراد الوصول إليه[1].

الإعلان الالكتروني الاجتماعي:

إن الإعلان الالكتروني الاجتماعي Social Advertising يمثل هذاالنوع المستجد من الإعلان الشبكي وهو السلاح الذي يحاول موقع (فايس بوك كوم) Face Book.com الأمريكي استخدامه للحصول على حصة من سوق الإعلان عبر الانترنيت عن طريق توسع المشاركة في الموقع وحجم المستخدمين له، مما حفز المنتجين إليه، وتوفير فرصة الاستفادة من تلك الأموال في الإعلانات، ودعمت إحدى الشركات الكورية الموقع للإعلان عن منتجات سامونغ للإلكترونيات.[2]

ويعتبر موقع فيس بوك الأكثر شهرة للبحث عن الأصدقاء والاتصال بهم وتكوين مجاميع يجمعها ذوق مشترك، ويضع إعلانات عن سلع وخدمات في الصفحات الالكترونية لمن يصرح عن رأيه فيها.

وتصادف مبادرة موقع (فيس بوك) لاستخدام سلاح الإعلان الالكتروني الاجتماعي بعد إطلاق شركة سامونغ خليوي (واي ماكس) الذي ينقل جزءاً من جمهور الخليوي إلى عالم الويب (web) ويمكن وضع محتوى (واي ماكس) الذي له طابع محلي، أي أنه يحمل تكوينات الثقافة المحلية ومجتمعاتها على صفحات

---

(١) الدكتور الصادق رابح، ،مصدر سابق ،ص٨٢- ٨٣.

(٢) http://www.almotamar.net/news/print.php?id=51034,17/11/2007.

(المدونات) الرائجة في كوريا وعالمياً، وتتحرك مقومات (واي ماكس) ضمن نطاق لا يزيد على عشرين كيلو متراً مما يجعلها أساساً لشبكات اجتماعية ذات طابع محلي.

وصدر الإعلان الالكتروني الاجتماعي من نيويورك على لسان مارك زوكر برغ (مؤسس الموقع ومديره) والذي أعلن عن اعتقاده بأن عصر الإعلانات العريضة الموجهة إلى الجمهور العام بات جزءاً من الماضي، ومتوقعاً أن تصبح الإعلانات وخصوصاً الالكترونية أكثر ضيقاً، وتتوجه إلى مجموعات أو شكل أو زمر ومنتديات بعينها وصولاً إلى الإعلان الفردي المباشر عبر الوسائط الالكترونية، مثل الانترنيت والهواتف الخلوية أو المحمولة والشبكات الرقمية المحلية وغيرها، ويبدأ تجاوب المنتمين لهذا الموقع إلى تبادل الرأي والنصح عن الأشياء التي يستعملونها في الحياة اليومية[١]، وبدأ القائمون على موقع (فايس بوك) يمارسون مسحاً منظماً للأفكار التي يتناولها جمهوره الذي فاق عدده (٥٠ مليون مشترك)، وسيقدم على خطوة أُخرى مثل بيع ما يجمعه من معلومات عن الميول الاستهلاكية لمجموعات معينة من المسجلين فيه إلى الشركات التي تعاني نقصاً متواصلاً لمثل هذا النوع من المعلومات، وهذا أهم ما تسعى إليه الشركات لأنها تسهل على هذهِ الشركات عملية الترويج، وتعطيها سبلاً جديدة للوصول إلى الجماهير خصوصاً مواقع التعارف مثل موقعي (فايس بوك) و(ماي سبايس) إذ باستطاعتها إعطاء معلومات محددة مثل العمر، الجنس، مكان الإقامة والعمل ومستوى الدراسة وغيرها من المعلومات التي يضعها المشتركون على صفحاتهم في شكل مفتوح[٢].

كما أثارت جماعات المحافظة على الحقوق الفردية الالكترونية في الولايات

---

(١) http://www.daraihayat.net/actions/print.php ١٦/ ١١/ ٢٠٠٨

(٢) يمكن الاطلاع على معلومات أكثر على، موقع الأضواء (فيس بوك)

www.aladwaa.nl/modules.php?name=news&file=print&sid=2694-15k

المتحدة وعدد من الدول الأوروبية شكوكها عن استعداد مواقع التعارف على الانترنيت لعقد صفقات مع مواقع البحث عن المعلومات على الانترنيت (Google) و(Yahoo) والتي اعتبرت انتهاكاً قوياً للحريات الشخصية وحقوقها على الشبكة الدولية الالكترونية، ومما يزيد من المفارقة أن إعلان مؤسسة الموقع عن صفقة مع شركة (مايكروسوفت) يمكنها من الحصول على حق إعلانات من النوع (الاجتماعي) في الموقع بلغت قيمتها (٢٤٠ مليون دولار) تتزامن مع جلسات استماع عقدتها (اللجنة الفيدرالية الأمريكية للتجارة عبرت خلالها عن قلقها العميق من استهداف الحياة الشخصية وخصوصياتها من الإعلانات الالكترونية خصوصاً تلك التي تسعى للوصول إلى مجموعات بعينها من الناس) وهذا يعني أن حياة الجمهور الالكتروني على المستويين الفردي والجماعي باتت موضعاً لصفقات شتى بين شركات المعلومات مما يضيف إلى انتهاكها وانكشافها وتحولت إلى تجارة (عَبيد) الكترونية من وحي القرن الواحد والعشرين ومعطياته[1].

خصائص شبكة الانترنيت وسيلة إعلانية:

إن إنشاء موقع أو صفحة خاصة على web الانترنيت هي الوسيلة، وموضع الصفحة أو موطنها هو الاتصال، ولكن ليس ضرورة أن تكون عملاً إعلانياً إذا عرضنا الإعلان بأنه مصروف مقابل رسالة إقناع عادة للشراء أو قبول عرض، ومن ثم فإن عنوان الصفحة على الانترنيت ليس إعلاناً بل إنه مجرى للاتصال الالكتروني على الانترنيت أو للمعلومات، بينما يستخدم المعلن مواقع web الخاصة بمنظمات أُخرى التي تبيع مساحات على مواقعها مقابل أتعاب بما يشبه مساحات T.V. أو الإذاعة ومن هنا فهناك خطوتان مكملتان ولكنهما ذات اختيارات أولية:

١-التشغيل العام لموقع web أو الرسائل الالكترونية[2].

---

(١) الإعلان الالكتروني www.albdel.com/show59775.html-49k

(٢) فاربي، مصدر سابق، ص١٤٤.

٢-شراء مساحات إعلانية على مواقع أُخرى.

٣-إن الإعلانات في مواقع web دخلت في طور جيلها الثالث بعد دخول الجيل الثالث للانترنيت مما جعلها تتوسع توسعاً سحرياً عندما تزداد أُلفة المعلنين بهذهِ الوسيلة لأنها وسيلة تستحق التأمل والتفكير(١).

وتستمد الانترنيت قوتها وقدرتها من التراث الطويل لوسائل الإعلام الأُخرى التي سبقتها في الظهور، وطورت قنواتها وتقنياتها معاً، مما أفادها بشكل كبير، وهي خلاصة لتطور فنون كل من المسرح والسينما والراديو والتلفاز عن طريق تقنيات متطورة ومتشعبة، ويمكن تحديد مزايا الانترنيت بوصفها وسيلة إعلانية، وتعد اليوم أكبر الوسائل استخداماً في الوصول إلى جمهور المستهلكين، ومن مزاياها كوسيلة إعلانية ما يأتي:

١-المرونة وتعدد المزايا الإبداعية:

وفرت شبكة الانترنيت عدداً من المزايا الإبداعية عن طريق استخدام التقنيات المدنية في استخدام الصوت والصورة والحركة واللون في الرسالة الإعلانية، إضافة إلى إدخال الصورة المتحركة، واستخدام المادة المصورة والموسيقى وغيرها من المؤثرات الخاصة بهدف جذب انتباه المستخدمين، والعمل على بناء قدر كبير من المصداقية عن طريق عرض المنتج على الشاشة، وتوضح مدى سهولة استخدامه ومزاياه(٢).

٢-تغطية أسواق جماهيرية عريضة:

يتم الاستفادة من ميزة السرعة الكبيرة والدقة للانترنيت في وصولها إلى جمهور

---

(١) النور دفع الله أحمد، مصدر سابق ،ص٧٠.

(٢) فاربي، فن الإعلان ت: عبد الحكم أحمد الخزامي، مصدر سابق، ص١٤٥.

واسع مما جعلها وسيلة إعلانية فعالة، وسهلت الوصول إلى كل أنحاء العالم، فهي سوق هائلة للسلع والمنتجات التي تقدمها المنظمات، مما جعل عمليات الاختيار والمنافسة قائمة بين المنظمات المختلفة(١).

٣-ترشيد التكاليف:

أثبتت البحوث والدراسات التي أُجريت في العالم أن كفاءة الانترنيت كوسيلة إعلانية لها فعالية في زيادة المبيعات للسلع إضافة إلى الرخص في تكاليف الإعلان فيها قياساً مع الإعلان في وسائل الإعلام التقليدية(٢).

٤-**إمكانية استخدام عنصر الصورة والنص المكتوب:** وهذهِ الإمكانية هي التي تجعل عملية عرض المنتجات والترويج لها تأخذ طابعاً مثيراً وجذابا للمستهلك إذا ما أمنت المؤسسة أو المنظمة التعامل مع هذهِ التقنية والتسهيلات المقدمة عبر الشبكة.

٥-**تقديم الخدمات بأساليب متنوعة ويسر وسهولة:** كذلك تتاح إمكانية التغيير المستمر لأساليب العرض والإفصاح عما تهدف إليه المنظمة عن طريق موقعها عبر الشبكة بسرعة وبتكاليف معقولة إذا ما أخذنا بالاعتبار الطرق التقليدية في الإعلان والتي يصعب معها تصحيح ما تريده بهذهِ السرعة والمرونة العالية(٣).

ومن هنا فإن شبكة الانترنيت لها إمكانيات ضخمة وتمتاز بالتطور السريع والاتصال بها مخطط بصورة سليمة، ومواقع web تسهم بشكل اتصالي ذي مرونة عالية تفاعلية تخترق الحدود بسرعة، وتعمل على مدى ٢٤ ساعة، وهذا يُعد أساساً

---

(١) طاهر محسن الغالبي وآخرون، الإعلان مدخل تطبيقي ، دار وائل للنشر، عمان، ٢٠٠٣م: ص٢٤٤.

(٢) عبد العزيز عبد الستار تركستاني، تأثير الإعلان التلفزيوني الدولي على الجوانب الاجتماعية والثقافية في المملكة العربية السعودية، منشورات جامعة الرياض، ١٩٩٩، ص٧٤.

(٣) طاهر محسن الغالبي وآخرون، ، مصدر سابق: ص٢٤٥.

تسويقياً مرتبطاً بأنشطة اتصالية أُخرى، ومتابعة لإثارة اهتمامات الجمهور في أي مكان، ولتوفير المعلومات والدوافع الكاملة والتي تهدف لعناصر الاتصال التسويقي الأُخرى بصورة متزايدة إلى مواقع الويب وتجذب إليه الزيارات[1].

ومع كثرة الانتقادات الموجهة إلى الإعلان إلا أنه أصبح حقيقة واقعة وضرورة من ضروريات العصر الحديث لا يستغنى عنها، وإذا كان البعض قد أساء إلى الإعلان لتحقيق أغراض ذاتية في المدى القصير، فإن ذلك يجب ألا يؤثر في الأهمية الحقيقية للإعلان كمظهر من مظاهر الحياة المدنية لكل ما يتضمن ذلك من ازدهار وتقدم حضاري وحقيقي.

وقام نيل بوردن الإيكاذي من جامعة هارفارد الأمريكية بدراسة الأثر الاقتصادي للإعلان ،وتوصل إلى أن الإعلان قد أسهم بنصيب كبير في رفع مستوى المعيشة، وزيادة الدخل القومي، وأسهم في تحسين نوعية السلع، وقلل من نفقات إنتاجها وإتمام بيعها، إضافة إلى أن الإعلان أسهم مساهمة مباشرة بتنشيط عمليات الصحافة والمجلات[2].

وأدت أساليب الإعلانات عبر شبكة الانترنيت دوراً في تنمية السلوك الشرائي وأن الأفكار الإعلانية لا تخرج بسهولة كما يراها المستهلك، وإنما خلفها عمل كبير مبتدئاً بمسؤولي التخطيط الاستراتيجي والدراسات التسويقية الذين يقيمون السوق وإمكانيات العمل مروراً بالمخرجين والفنيين وكتاب النصوص الذين يضعون أفكاراً للإعلان، لأن ميزانية الإعلان بالشركات تكون كبيرة وموزعة على مدار العام، ولابد من صرفها على الوجه المناسب لكسب الجمهور[3]، وبهذا

---

(١) فاربي،فن الإعلان، مصدر سابق، ص١٦٧ .

(٢) قحطان بدر العبدلي وآخرون، مصدر سابق، ص١٥٨ .

(٣) ويكيبيديا الموسوعة الحرة wgNotice= var wgNotice Local

نلاحظ أن للإعلان دوراً في تنمية السلوك الشرائي عبر الانترنيت عن طريق عدة طرق منها:

الانتباه Attention:

يعد الانتباه من الجوانب السايكولوجية الأساسية في الإعلان ضمن طريقة فنية تساعد على تحقيق أهدافه، ويعرف الانتباه بأنه تركيز للفاعلية العقلية، أي: تركيز الشعور على الشراء أو الفكرة، بحيث يمثل جزءاً كبيراً من شعور الإنسان المركزي، وينقسم الانتباه إلى أنواع متعددة، منها (فكريّ) كما في سلسلة الأفكار، و(حِسيّ) كما في مشاهدة كرة القدم، فالانتباه هو مزيج بين الفكرة والحس، كما في لعبة الشطرنج، ومن أجل الوصول للأشخاص الذين لا يستخدمون الشبكة الدولية قامت الشركات بوضع عنوانها الالكتروني على المنتجات وفي وسائل الاتصال الأُخرى كبطاقات الأعمال Business Card[1]، أو عن طريق البريد الالكتروني المباشر وغيرها من وسائل الاتصال، إضافة وضع العناوين الالكترونية في محركات البحث لتساعد مستخدمي شبكة الانترنيت للوصول إلى المواقع التي يبحثون عنها عن طريق المعايير التي تتعلق بمدى تحديث الموقع وعدد الخبطات Hits وعدد الزوار للموقع والمدة التي يبقى بها الزائر بالموقع وغيرها من المعايير، وتعتبر إعلانات اللافتات أفضل طريقة فعالة لجذب الانتباه إلى الماركة أو المنتج وتوصيل معلومات عنها[2].

الاهتمام Interest:

تسعى الأطراف والجهات كافة لاستغلال الشبكة الدولية في إعلاناتها لتسويغ واستقطاب وجذب اهتمام الجمهور لفعالياتها أو إنتاجها، فالإعلان حين يرتبط

(١) النور دفع الله أحمد ، مصدر سابق، ص١٠٦.

(٢) تريبان محمد عمار، أثر إعلانات الانترنيت على السلوك الشرائي للشباب الجامعي المصري، مصدر سابق، ص٩٤.

بالتجارة فهو يسعى إلى زيادة المبيعات، وحين يرتبط بالحكومة فهو يسعى لإعلام الجمهور وانتباههم بالخدمات المقدمة لهم، وفي العلاقات العامة يعمل الإعلان على تصحيح الشعور بالمنتج أو الفكره للمؤسسة أو الخطة، أما في المؤسسات غير الربحية فإنه يسعى للترويج عن أفكاره[1].

وكذلك المواقع كافة تقدم للزائر أسباباً مقنعة ليبقى في الموقع، ويراعى في ذلك تصميم الموقع وأهدافه وطبيعة الزوار ومستوى التكنولوجيا التي يستخدمها الزائر، فاكتشاف الموقع يتم من الثواني الأولى للتصفح من قبل المستخدم، مما جعل الشركات تضع أغلب اهتمامها في الصفحة الرئيسية للموقع Home page فإذا ما استهوت الشركة الزائر فإنه سيعمل على تحميل موقع الشركة ويتفاعل معها، أما إذا كان المتصفح يرغب فقط بالتصفح فإنه ينتقل لموقع آخر، ولا ننسَ أن سرعة التحميل تعد من الأمور المهمة جداً، والتي تؤخذ بنظر الاعتبار أثناء تصميم الشركات لمواقعها، إضافة إلى عدم احتواء الموقع على كمية كبيرة من النصوص وسهولة إيجاد المعلومات، وأن يكون التصميم يراعي ذوق فئات المستهدفين، فمواقع الأطفال غنية بالرسوم المتحركة، ويراعي الموقع في تصميمه الهدف الذي من أجله أنشئ الموقع بحيث يشجع المستخدم بإعادة زيارة الموقع. وتسعى الدراسات الإعلامية باستمرار إلى قياس آثار الوسائل الإعلامية وآثارها، ومعرفة حجم وكيفية استجابة الجماهير لها، ومدى نجاحها وفعاليتها في الانتباه لها عن طريق معرفة أنسب الرسائل من حيث الصياغة والإعداد والشكل والمضمون والتكرار ومدى ملاءمة الوسائل ودروها في تحقيق الأهداف المرجوة[2].

---

(١) فاربي، مصدر سابق، ص٥.

(٢) محمد معوض وآخرون، دراسات إعلامية، الكويت، منشورات ذات السلاسل، ١٩٩٥، ص٣٦٨.

الرغبة Desire:

ويتحقق خلقُ الرغبة بعدة وسائل منها سهولة استخدام السلعة وإبراز مزاياها الإضافية مثل استخدام العبوات الفارغة في كل كوب للشاي أو شرب الماء، وإبراز النتائج النسبية التي يمكن تقديرها بالشراء نتيجة تحذير من السلع من مراحل السلوك الشرائي، ولتحقيق ذلك يخلق الموقع الرغبة في تنشيط المبيعات أو استخدام قوى البيع أما عن طريق شبكة الانترنيت، فإنه يتم عن طريق إرسال الرسائل الالكترونية إلى الجمهور المستهدف، أو عن طريق اتباع استراتيجية الدفع كاستخدام إعلانات المواجهة interstitial كما يحوي الموقع على خيار يمكن المستهلك من تسجيل رأيه أو تعليقه على المنتج أو عن طريقة الإجابة على الأسئلة إضافة إلى استخدام الخادم (server) لتتبع تحركات المستهلكين على الموقع ومعرفة الأماكن التي زاروها والوقت الذي استغرقوه في الموقع، مما يجعل الشركة تتنبه للأماكن الفعالة وغير الفعالة في الموقع من أجل تطويره وتحسين الإنتاج أو الخدمة[1]، وتسعى الشركات للحصول على المعلومات من أجل زيادة المبيعات من خلال ما يأتي:

١- مندوبي المبيعات

٢- متابعة تحركات رواد الموقع عبر الشبكة

٣- الأسئلة التي يرسلها المستهلكون عن طريق البريد الالكتروني.

وتقوم باستمرار بتطوير الرسالة الإعلانية بما يتناسب مع حاجات وأذواق المستهلكين المستهدفين، ومن ثم إرسالها إليهم باستخدام استراتيجية الدفع، إذ

---

(١) تريهان محمد عمار، أثر إعلانات الانترنيت على السلوك الشرائي للشباب الجامعي المصري، مصدر سابق،ص٩٦.

تعتمد على المعلومات التي يسجلها المستخدم أثناء اشتراكه في الموقع مثل اهتماماته والأنشطة التي يقوم بها وغيرها من المعلومات.

الفعل Action:

وتقدم الشركات العديد من وسائل تنشيط المبيعات مثل الكوبونات، العروض الخاصة وغيرها من وسائل تنشيط المبيعات، وإن تقديم المعلومات المهمة في المواقع وسرعة التحميل يعدان مفتاح تحفيز الزوار للقيام بالتعريفات أو الأفعال في المواقع، كما أن من أسباب تفضيل الزوار لبعض المواقع سهولة الاستخدام وتحديث الموقع باستمرار من أجل إقناع المتصفح بالمنتوج أو الخدمة المقدمة وهذه تعطي المستهلك تحفيزاً للشراء عن طريق[1]:

١-إعطاء المستهلك الأسباب والحجج المبررة للشراء.

٢-تقديم التسهيلات عند الدفع كالبيع بالتقسيط أو إيجاد أُسلوب الدفع الميسرة.

٣-إغراء المستهلك بسرعة المبادرة، وذلك بتقديم تخفيضات مغرية خلال فترة الإعلان، أو تقديم محفزات عبر الشبكة للمشتري لإدامة المواصلة مع موقع الشركة.

المنتجات الإعلانية:

إن الوسائل الإعلامية المتواجدة على web وخاصة الرائدة منها تعتمد على الشهرة والسمعة التي تبثها وتتمتع بها خارج الفضاء الانترنيتي في جلب المعلنين إلى موقعها على الانترنيت، وتقديم تسهيلات كبيرة لهم، فيما لجأ عدد من

---

(١) النور دفع الله أحمد، الإعلان الأُسس والمبادئ، مصدر سابق: ص١٠٧.

المؤسسات الإعلامية الأُخرى مثل ASBN أو Hot Wired (وسائل موضوعاتية) إلى توجيه خطابها إلى فئة معينة من الجمهور مختارة بعناية ودقة، مما يجعل المعلنين يقبلون عليها[1]، بينما تتوسع يوماً بعد آخر الشركات على الانترنيت لعرض منتجاتها، وأصبح المستهلكون يعتمدون على شبكة الانترنيت للحصول على معلومات أكثر وضوحاً، واتخاذ قرار شراء أكثر دقة للسلع والخدمات التي يرغبون في الحصول عليها، ويمكن استعراض عدد من أصناف المنتجات التي يبحث عنها المستهلك في الإعلانات عبر شبكة الانترنيت عن طريق ما يأتي:

الكتب والموسيقى وأشرطة الفيديو وبرامج الكمبيوتر:

يستطيع المستهلكون أن يتصفحوا المواقع الالكترونية بهدف الحصول على المنتجات المطلوبة مثل Amazon وBarnes of Noble وCD now للبحث عن كتب معينة وموسيقى وأشرطة فيديو وبرامج كمبيوتر، كما يمكن للمستهلك معرفة الأكثر من هذهِ المنتجات، والحصول على توصيات عبر شبكة الانترنيت بناءً على مشترياته السابقة أو مجالات اهتمامه، وقد اقتدى عدد من الشركات العربية بالإعلان عن تحميل كتب ومحاضرات وبرامج مجاناً على مواقعها كي تزيد عدد الزوار لها، وهذا ما تفعله أغلب القنوات الفضائية على موقعها الالكتروني، وعدد آخر من هذهِ القنوات يعلن عبر الفضائيات عن مواقعه الالكترونية والتسهيلات المقدمة للمشاهدين[2].

الملابس والهدايا والزهور:

وهذهِ الشركات تعرض عبر موقعها، مثل gap وLimited وغيرها، منتجات

---

(١) الصادق رابح، مصدر سابق ،ص٩٨.

(٢) انظر موقع http:www.icep.ae/Arabic/fducationeenter/internet/asp 15/ 7/ 2007

ويستطيع المستهلك وعائلته طلب ملابسهم عبر الموقع، إضافة إلى عرض أصناف مصممة حسب الطلب وحسب مقاسات العميل الذي يمدهم بها ولون القماش المفضل، وشركات أُخرى تعرض مجموعة مختلفة من الزهور والهدايا المرتبة والمنسقة، ويمكن تزويدها عبر شبكة الانترنيت أو رقم الهاتف أو خلال البائعين الآخرين[1].

السيارات:

يستطيع مشترو السيارات تصفح المواقع الالكترونية الخاصة بالعديد من صانعي السيارات ليطلعواعلى المواصفات المفضلة لديهم عن طريق الإعلان، إذ مكنت التقنية الحديثة للانترنيت المتصفح من دخول معارض السيارات، والدخول في السيارة من الداخل، والاطلاع على ميزاتها وتشغيلها وتفحصها عبر الانترنيت، وتزداد يوماً بعد آخر هذهِ المواقع سواء في الدول الآسيوية، كاليابان، وكوريا، والصين أم أُوربا وأمريكا وغيرها من دول العالم، وبذلك سهل الإعلان على المتصفح في أي مكان في العالم من دخول معارض أي ماركة من السيارات والاطلاع على إنتاجها، والتحسينات التي طرأت عليها مع إضافة النصائح لهذهِ الشركات لتحسين إنتاجها وهذا ينطبق على السيارات الحديثة والمستعملة في حد سواء.

الصحف والأخبار:

أصبح عدد كبير من العملاء يستطع الحصول على الأخبار من الوكالات والمواقع الإخبارية الموجودة عبر شبكة الانترنيت مثل CNN والجزيرة نت والعربية نت

---

(١) أنيس حلبي، أساسيات كوريل دوره ومبادئ الرسم الالكتروني، بيروت، دار الراتب الجامعية، ٢٠٠٣، ص١٤.

وThe Wall Street Journal وThe New York Times إضافة إلى الآلاف من الصحف والمجلات الأُخرى حول العالم[1].

شراء وبيع الأسهم:

انتعشت سوق الأسهم عبر الشبكة الدولية في كل أرجاء العالم، وأصبح العملاء يحصلون على أسعار سوق الأسهم فور طلبهم، إضافة إلى الحصول على معلومات مالية أُخرى من مواقع الكترونية، إذ يمكنهم الدخول إلى الشبكة والقيام بعمليات الشراء والبيع وهم في منازلهم أو مكاتبهم وأينما كانوا، وانتقلت هذهِ الحالة إلى دول الخليج العربي كافة ومصر بشكل محدود واتسعت أكثر فأكثر في دول العالم.

المواقع الحكومية:

أصبح للمواقع الحكومية إقبال شديد من الجمهور بعد أن أقدمَ عدد من الحكومات بعرض الخدمات التي تقدمها للجمهور ورأي الجمهور بها والوظائف التي تبحث عن اختصاصيين، وكذلك عدد من المؤسسات العلمية والجامعية تعلن لاستقطاب الطلاب لكلياتها وتتوسع القوائم يوماً بعد آخر[2].

الإعلان عبر الانترنيت في الوطن العربي:

مازالت أعداد العرب المتصلين بالشبكة متواضعة مقارنة بالوسائل الأُخرى إضافة إلى ارتفاع كلفة الاتصال وبطء الخدمة من حيث سرعة التحميل ووجود عقبات سياسية واجتماعية وقلة عدد المواقع العربية الناجحة على الشبكة بانتظار كل ذلك لن يتم تبني الانترنيت كوسيلة اتصال جماهيري في الوطن العربي إضافة إلى أن هناك ١٢٠ مليون أمريكي متصل بشبكة الانترنيت، في الوقت الذي

---

(١) جمال نادر، تصميم مواقع الانترنيت، عمان، دار الإسراء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥، ص١٩.

(٢) إيناس محمود حامد، كيف تحصل على تصميم ناجح، مطابع المليجي، القاهرة، ٢٠٠٤، ص٧٦.

يتحدث الناشرون العرب عن الجدوى الاقتصادية من إنشاء مواقع الكترونية فإن نظراءهم في الغرب قد استغلوا الجانب الاقتصادي للنشر الالكتروني تماماً[١].

وتشير الدراسات المتخصصة لموقع أرابيا أون لاين [٢] أن عدد المستخدمين للانترنيت في العالم العربي اليوم يزيد على ٣٦ مليون مستخدم لغاية تموز ٢٠٠٧م وان أعداد المستخدمين تشهد زيادة مضطردة يعود سببها إلى عين البيئة التحتية للاتصالات في أنحاء العالم العربي، وإلى انخفاض كلفة الاتصال مع الشبكة، وانتشار الحاسوب في المدارس والمنازل وأماكن العمل وغيرها، ومع انتشار الانترنيت، فيرى البعض في الوطن العربي أنه من السذاجة الإعلان على صفحات Yahoo أو Google الذي يشاهده العالم أجمع؛ لأن خدمة المعلن وسوقه المستهدف لتسويق منتجاته لا تتعدى إحدى العواصم العربية المقيم فيها، أو حدود الوطن الذي يعيش فيه، فلماذا الإعلان عالمياً، بينما تتيح الانترنيت استهداف فئة جغرافية معينة، فالذي يملك الإعلان في yahoo باستطاعته أن يكون الإعلان حصراً على كل من يقيم بالمملكة السعودية مثلاً إذا رغب المعلن بذلك، وهذا ما يسمى بالاستهداف الجغرافي Domain Targeting، وكذلك يمكن التحكم بوقت الإعلان وليس يومه أو أسبوعه، ويمكن القيام بحملة ترويجية صباحية أو مسائية أو ما يناسب نشاط المعلن[٣].

مع أن الإعلان الالكتروني يمكن أن يسهم بزيادة عدد الانطباعات impressions إضافة إلى الاستهداف سواء الرجال أم النساء بكل دقة، وكذلك يمكن معرفة جدوى نتائج الحملة الإعلانية عن طريق التقارير التي تقدمها

---

(١) http://arabic.planetarabia.com/شبكة بلانت أرابيا

(٢) الجزيرة ،صحيفة سعودية على شبكة الانترنيت ٥/ ٨/ ٢٠٠٨م

Copyright.1997- 2000 Al- Jazirah Corporation. All rights reserved.

(٣) مجدي محمد أبو العطا، ، مصدر سابق، ص٣٢.

برامج إدارة الإعلانات الالكترونية التي تتمثل في عدد الذين قاموا بمشاهدة الإعلان، إضافة إلى الذين كانت لهم رغبة فيه، ويشمل التقرير عدد الذين قاموا بإتمام عملية الشراء فعلياً، إضافة إلى ذكر بعض المعلومات الشخصية عن الذين يشاهدون الإعلان. وتتوسع في الوطن العربي الإعلانات عن طريق الصفحات العربية المتخصصة في التسويق الالكتروني www.123emarketing.com والتي تستعرض سبل الإعلان الالكتروني بجميع صوره وأنشطته، إضافة إلى إعطاء معلومات عن مصطلحات الإعلانات الالكترونية التي تفيد مديري التسويق والمبيعات والمهتمين بالإعلان بصفة عامة، إضافة إلى دخول الإعلان في المنتديات العربية كافة ومواقع الشركات والمؤسسات والمنظمات الرسمية والخاصة[1].

وإن أغلب الصحف العربية اليوم تملك مواقع الكترونية، وسيشهد القريب العاجل ازدياد أعداد المستخدمين العرب لكي يبدأ الناشرون في حصر الأرباح من النشر الالكتروني؛ لكي تقف أمامها رغبات المستخدم التي قد لا يدخل ضمنها قراءة الصحف العربية بشكلها الحالي؛ لأن غالبية الصحف العربية اليومية تدير اليوم مواقع الكترونية تقدم أغلبها أخباراً وصوراً تم نشرها في الصحيفة المطبوعة وكتبت خصيصاً لها، ولا توجد أقسام خاصة أو إدارات تحرير مستقلة للطبعة الالكترونية في الصحيفة، بل تحرص الكثير من الصحف على نشر القليل اليسير ليتصدر صفحاتها على موقعها الالكتروني، إضافة إلى أنه لا يتم تحديث الموقع الالكتروني إلا بعد صدور الجريدة بساعات[2]، إضافة إلى أن التقنية المستخدمة في معظم هذهِ المواقع تعد بدائية، فلا توجد آليات متقدمة للبحث في الأرشيف ولايتعامل مع النص العربي نصاً بل صورة، ولا توجد مساحات إعلانية تدار من قبل برامج متخصصة للإعلان الالكتروني، وتخلق أغلب هذهِ المواقع من

---

(١) عبد الأمير مويت الفيصل ، مصدر سابق، ص٢٠٠.

(٢) جمال نادر، مصدر سابق، ص٢٢.

الخدمات كالإعلانات المبوبة وأسعار العملات والأسهم وحالة الطقس وساحات الحوار وغير ذلك مما يميز الانترنيت عن غيرها من الوسائط، فتحولت بذلك الصحف العربية الالكترونية إلى بوابات إعلامية خدماتية شاملة مهيأة للتنافس في العالم الافتراضي وبعيدة عن الحرية بشكل خاص.

المدونات والإعلان:

أسهمت العديد من المواقع بالترويج للإعلانات عن طريق المدونات التي تستضيفها وبذلك حققت هذه المواقع أرباحاً لإدامة تواصلها، وتم فيها استخدام اللغة التي تكتب بها المدونة في الإعلان والترويج للفكرة أو المنتج أو للمنظمة وغيرها، وأغلب المواقع تستخدم أنواعاً مختلفة من الإعلانات، وتقسم حسب الفكرة التي يتضمنها الإعلان ومنها[1]:

١-الإعلان الخدمي: وهي تلك الإعلانات التي تشير إلى مجموعة من الخدمات المقدمة للزائر.

٢-الإعلان الإرشادي: وهي إعلانات تشير إلى مجموعة من الإرشادات الخدمية ومعرفتها وإمكانية الحصول عليها.

٣-الإعلان التنافسي: وهي إعلانات تقدم شركات منتجات مختلفة لغرض التنافس بينها.

وتتضمن الأساليب الإعلانية الشكل الخاص بالإعلان من قوالب وأشكال مختلفة وثابتة الأحجام، وتختلف الأساليب الإعلانية داخل المدونات وهي شكل من أشكال إعلان (البنر) الذي يضم معلومات تتيح للزائر الفرصة للنقر عليها بالماوس ليتم إرساله إلى إحدى صفحات الويب الخاصة بالمعلنين وتظهر هذه

---

(١)جمال نادر، تصميم مواقع الانترنيت مصدر سابق، ص٢٣.

الإعلانات:

١- الأسلوب التقليدي: وهو عبارة عن شريط أفقي متحرك

٢- الأسلوب العمودي: ويكون الإعلان فيه على شكل مربع أو مستطيل ويحمل علامة (x) لإزالته من المدونة.

٣- أسلوب النافذة: وهي عبارة عن نافذة صغيرة تظهر في صفحات المدونة وهو أسلوب ثابت ومتحرك.

الفصل الثالث

المدونات الالكترونية

وفيه المباحث التالية:

المبحث الأول: المدونات،مفهومها وخصائصها

المبحث الثاني: نشأة المدونات ووظيفتها على الانترنيت

المبحث الثالث: المدونات العربية والاجنبية على الانترنيت

المبحث الأول: المدونات، مفهومها وخصائصها

١- المدونات كمصطلح ودلالة لغوية:

تعد المدونات Blogs التجديد الأحدث الذي شهدته حركة التجديد على الانترنيت والذي هز عالمه بقوة.

فالمدونات كمصطلح أو مفهوم لغوي مفردها مدونة أو weblog تعني اصطلاحاً سجل الشبكة، وتعريفها دفتر يوميات الكتروني، وتم الاتفاق عربياً بأن مدونة كتعريب لـweblog أو Blog وكلمة تدوين هي تعريف لـBlogging، فالمدونات والتي بدأت في تسعينيات القرن الماضي كهواية (سنذكر تفاصيلها في المبحث الثاني) أصبحت تتحول إلى وسيلة جديدة تغير طريقة تواصل الأفراد وعمل الصحفيين، وسلعةٍ إعلاميةٍ تؤثر في صناع القرار، وهناك إجماع في اللغة العربية من قبل اتحاد المدونين العرب[1] على الترجمة العربية للبلوغر هي المدونة.ويفضل البعض كتابتها على النحو الآتي بلوجر أو بلوغر، وترجم موقع أرب بلوغر بكلمة مدونة وجمعها مدونات، وهذهِ الترجمة تعد مقبولة وموفقة.

وبالكشف للمصطلحات الغربية في منجد ثورة المعلومات والانترنيت أن كلمة Bloggerahy التي تعني سيرة، وأن الثابتة فهي مصطلح لوغ Log وتفيد دلالته سجلاً أو جدولاً أو مفكرة تدون فيها الأشياء بأسلوب متسلسل، وفي صيغة الجمع بالإنكليزية تصبح Bloggers بلوغرز ومنهم من يعتبرها مدونة Blogsphere أي تجمع بين الذاتية والكونية[2].

---

(١) مدونة رشيد فيكاري http://www.Gandare.org

(٢) عبد الله ولد خطري، دراسة تحليلية عن المدونات العربية في الانترنيت،صحيفة العرب القطرية،٢٠/ ٥/ ٢٠٠٧:

www.alarab.com.qa/details.php?docId=13411&issueNo=31&secId=23

وكلمة تدوين هي المصدر من دَوَّن يدوِّن تدويناً بمعنى التسجيل، وُمدوِّن هو اسم الفاعل من دَوَّنَ. ويقول روبير مارتان في كتابة مدخل لفهم اللسانيات[1]: (المدونات مواد موضوعة وصف لكنها خاضعة لرقابة متكلمين أكفاء)

التعريف الدولي: بعد عرض المصطلح وتعدد مرادفاته فلابد من معرفة دلالاته، ويطلق اسم مدونة على موقع الشخص الذي يقوم بكتابة خليط يتألف من سجل من الأحداث والسيرة الذاتية والرأي على صفحة الكترونية[2] ، وهي شكل من أشكال الحديث من الكتابة الصحفية الافتراضية -إن جاز التعبير- ونشر القصص والتجارب الشخصية، والمناقشات والحوارات حول تفاصيل الحياة اليومية الثقافية والدينية والاجتماعية والسياسة الجماعية منها والفردية، وتعزز المدونة عادة بالصور والتسجيلات الصوتية والموسيقى والأغاني والأشرطة المصورة، والتي تكون غالباً من صنع المدون نفسه. وعَرَّف موقع الموسوعة الحرة على الانترنيت (ويكبيديا) المدونة بأنها تطبيق من تطبيقات الانترنيت تعمل عن طريق نظام لإدارة المحتوى، وإن كلمة مدونة هي التعريف أو التعريب الأكثر قبولاً لكلمة blog الإنكليزية التي نتجت من كلمتي weblog بمعنى سجل الشبكة.

ويعرف موقع تدوين المدونة بأنها تتكون من كلمتي weblog بمعنى سجل الشبكة وهو تطبيق من تطبيقات الانترنيت، تعمل عن طريق نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صورة عبارة عن صفحة ويب تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، تصاحبها إليه أرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل

---

(١) روبير مارتان، مدخل لفهم اللسانيات، ترجمة عبد القادر المهيري، بيروت، ،مركز دراسات الوحدة العربية، ط١، أيلول ٢٠٠٧، ص٣٤.

(٢) جمال الرزن،المدونات الالكترونية وسلطة التدوين،باحث في جامعة منوبة،تونس ،دراسة على ألنت،ص٤.

مدخل منها عنوان دائم لا يتغير منذ لحظة نشره، يمكن للقارئ أو المتصفح من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة[1]. بينما عُرفت المدونة بأنها مدخلات يقوم المدون بإضافتها إلى المحتوى وهي موقع شخصي يقوم صاحبه بكتابة تدوينات فيها نصوص أو صور أو فيديو أو أي شكل من أشكال المعلومات، وهذهِ التدوينات دونت هذهِ المدخلات، وأما أن تكتب المدونة بتسلسل زمني تنازلي، أي: عندما يتم استعراض مدونة ما تظهر للمتصفح المواضيع التي تعرض من على رابطة ثابتة لا يتغير شيء من المواضيع التي قبلها، وكل التدوينات التي تكتب بالمدونة تحصل تتبع payperpost دفعة تسويقية جديدة للمدونين[2]، مع مرور الزمن، مثلاً للوصول للتدوينة التي كتبت بعنوان هذا الرابط الذي لا يتغير http://www.redmon4u.com/2006/11/21/payperpost/ الرابط التالي عن طريق الأرشيف هو التدوينات التي تخزن في المدونة بهذا الشكل ويقوم الزائر للمدونة بترتيبها وقراءتها من الذي اختاره المدون، ويمكن للزائر التصنيف بترتيب زمني أو عن طريق التصنيفات، وهي مرتبة حسب التصنيف أن يكتب تعليقاً على التدوينات التي يكتب فيها[3].

ويعرف عبد الله ولد خطري أحد الباحثين في المدونات على الشبكة الدولية[4] في دراسة له عن المدونات العربية، المدونات أو الصفحات الشخصية هي تطبيق من تطبيقات الانترنيت، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى وهو أبسط صورة للتعبير عن صفحة web تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتبة ترتيباً زمنياً

---

(١) موقع ويكيبيديا، الموسوعة الحرة © 2006 media communications

(٢) http://Ladwen.com/2=p-c

(٣) http://www.middle-east.online.com/technology?id=390

(٤) عبد الله ولد خطري،باحث موريتاني على النت ،مصدر سابق ص.١٢.

تصاعدياً، تصاحبها آلية لأرشفة التدوينات القديمة، ويكون لكل مدخل منها عنوان دائم لا يتغير منذ لحظة نشره، يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما تبقى متاحة في الصفحة الأولى للمدونة(١).

وصاحب المدونة الذي يعتبر هو المتحكم الوحيد في كل ما ينشر على صفحاتها ويمكن نشر تدويناته مباشرة من البريد الالكتروني الخاص بمدونته أو من بريد الكتروني آخر أو حتى طريق هاتفه النقال.

ويقول الكاتب الأردني والباحث بشؤون ألنت، محمود القطافطة(٢): إن ظاهرة المدونات عالمياً شكلت ثقافة مواجهة، وتعد فاعلة من قبل الجماعات والأشخاص والكتاب والصحفيين، والشعراء، والمفكرين والفنانين... إلخ، ضد من يرونه الحقيقة يجب هم الذين يعينونها، ومن ثم يقدمونها إلى الشعوب، وهذهِ الثقافة أصبحت الآن تشكل العمود الفقري لكثير من الجماعات الشبابية والسياسية خاصة في أمريكا وأوربا ومنها في الوطن العربي، وخاصة في مصر حيث أصبح الشباب أداة مهمة وحيدة لتفعيل المدونات، ومن ثم تأسيس حالة رأي مقبولة وتكوين مواقف عامة ضد هيمنة وتقييدات الحكومة.

ويقول روبير مارتان: المدونة يجب أن تعكس واقعاً متناسقاً قليلاً أو كثيراً من اللغة الأدبية، أو لغة تقنية من التقنيات أو لغة صحف هزلية، أو لها من الاتساع ما يجعلها تعرض صورة لما في اللسان من تنوع محبب، في الطرف المقابل تقتصر المدونة على (لهجة فردية) أي لغة شخص واحد فالمعارف اللسانية والعادات اللغوية تختلف من شخص لآخر، ولكل فرد نغمة صورية خاصة به، فما هو أَلْسُن المجموعة بل هو مجموعة اللهجات الفردية(٣).

---

(١) Blood, R., How blogging software reshapes the online co it mmun

(٢) يمكن الاستزادة على هذاالرابط Communications of The ACM, 2004. 47(12): p. 5 .

(٣) روبير مارتان، مصدر سابق، ص٣٥.

ودخلت التقنيات التي فرضت نفسها في وسائل الإعلام في المدونات وخاصة تلك التي تبث محتوياتها عبر شبكة الانترنيت مثل Talkback وهي تمثل الهامش الذي يترك في نهاية الصفحة أو المادة الصحفية المنشورة للقارئ، وتهدف التعبير عن رأيه أو وجهة نظره فيها. لقد تزايد عدد المساهمين في التعقيب على المواد الصحفية المنشورة على شبكة الانترنيت، مما زاد في قيمتها، ودفع الكثير من القراء إلى منحها أهمية أكبر من تلك التي يولونها إلى المادة التي شكلت موضوعاً للتعليق والتعقيب، وتسمح التعقيبات المختلفة للكاتب من المادة المكتوبة عن ذات الموضوع، وهذهِ إحدى الصفات أو الميزات المشتركة بين المدونات والصحافة الالكترونية في ظل وسائل النشر الالكتروني، فالمدونة هي فضاء رمزي يلتقي فيه الناس بشكل المتباري لتبادل الآراء والأفكار والمعارف بعد أن كان اللقاء في السابق شبه مستحيل في ظل التباعد الجغرافي والتفاوت الزمني والاجتماعي والثقافي [١].

ويقول الباحث عبد الرحمن فراج الباحث على الانترنيت: أصبحت المدونات Blog ثاني ثورة في عالم الانترنيت بعد البريد الالكتروني، وأنها بجانب البريد الالكتروني والويكي(wiki)[٢] أصبحت أبرز خدمات الانترنيت، والمدونات إحدى وسائل النشر والاتصال الحديثة على الشبكة العنكبوتية، وتمثل مزيجاً من المذكرات اليومية/ في البيئة الورقية/ ومواقع الانترنيت والتجمع الالكتروني online community (في البيئة العنكبوتية) ولعل من أسباب شهرتها وسرعة انتشارها تميزها بالتفاعلية والوصول المباشر من قبل المستفيدين إليها، وتشكيل التجمعات الالكترونية بين محرريها والمستفيدين منها وذلك بصورة أكثر فعالية من غيرها من وسائل الاتصال الأُخرى مثل البريد الالكتروني والقوائم البريدية،

---

(١) نصر الدين لعيامني،متخصص في الاتصال، بحث مقدم على الانترنيت،ص٨.

(٢) هو نوع من الأيقونات يضاف للمواقع الإلكترونية يسمح للزوار بإضافة المحتويات وتعديلها بدون أي قيود.

هذا إضافة إلى عن توفرها على سجل أرشيفي للمواد المتاحة بها يتم الوصول إليه بصورة أكثر سهولة ويسراً من غيرها من الأساليب[1].

وإن حق كتابة اليوميات التقليدية بدأ وانتشر بسبب الحروب، وهو ما حدث أيضاً مع المدونات الالكترونية. وإن المدونة الشخصية عبارة عن صفحة متحركة ديناميكية تسمح للقائم عليها بنشر آرائه وأفكاره ومذكراته، وينقل الأحداث التي حوله بتصوره الشخصي على الانترنيت بسهولة ويسر من أي مكان متواجد فيه، فالمدونات الشخصية وجدت لكي تحصر أفكار الشخص ولا تضيع في فضاء الانترنيت، ولكي يشارك المدون غيره بهذهِ الأفكار، وهذهِ المدونات مجهزة بمميزات تجعل التدوين من أسهل الأمور التي ينجزها المدون في يومه العادي على الانترنيت لهذا النوع من الكتابة والمنافسات فيما بينها لاستقطاب المدونين وتنافس الشركات لاستقطاب المدونين[2].

تسعى شركة Google لمنافسة !Yahoo في استقطاب المدونين العرب من خلال طرحها بداية العام ٢٠٠٨م خدمة الانترنيت Blogger باللغة العربية، وتسمح هذهِ الخدمة لمستخدمي اللغة العربية حول العالم بالتواصل والتعبير عن أنفسهم والمشاركة في واحد من أكبر اتجاهات الانترنيت في وقتنا الحاضر، وتوفر Blogger وسيلة سهلة وفعالة تمكن الناس من تبادل وتقاسم آرائهم وأفكارهم مع الملايين من الأشخاص عبر الانترنيت، وتتيح خدمة Blogger لأي مستخدم أن يقوم بتأسيس مدونته الشخصية وتعديلها وتحديثها عن طريق خطوات بسيطة يستطيع من خلالها أن يبدأ التدوين، وأن يحمل عليها أفلام الفيديو والصور الخاصة به.[3] ويعد نشر المحتوى على مدونة كوكل Blogger أمراً سهلاً للغاية، ويمكن

---

(١) عبد الرحمن فراج،باحث وكاتب وصاحب مدونة،وللاستزادة يمكن زيارة موقع.
http://www.alyaseer.net/vb/showtheread.php?=4991

(٢) يمكن للاطلاع على معلومات أكثر على الموقع www.blogger.com

(٣) مجلة مدارات ArchiveduBlog شبكة المدونات -medar.info/archives/97

للمستخدم الحصول على تعليقات فورية من القراءة بسهولة وسرعة، والآن مع إطلاق نسخة Blogs يستطيع متحدثو اللغة العربية الانضمام إلى مجتمع كبير إضافة إلى أن Google سيقوم بتحسين خدمة المدونة الخاصة بها على مدار العام.

وبهذا الصدد قال سيوبان كوين أحد مديري خدمة المدونات بكوكل: (نحن مسرورون بطرح Blogs باللغة العربية للجمهور، وتهدف خدمة Blogs إلى مساعدة الأفراد في التواصل، ومشاركة كل ما هو جديد مع بعضهم البعض بطريقة سهلة). وتسعى Google للاستحواذ على السوق العربية للانترنيت، فأعلنت رعايتها رسمياً لمؤتمر Blogotour (جولة التدوين) الذي أُقيم في أول عام ٢٠٠٨ في المغرب www.blogotour.com وخصصت جائزة المغرب للتدوين وسلمتها، في المؤتمر الذي استمر خمسة أيام، وجمع المدونين http://www.marocblogawards.com المغاربة كافة، إضافة إلى تنظيم جولة للمدونين المحترفين في خمس مدن مغربية لعرض خبراتهم ودعوتهم لحضور فعاليات المؤتمر ومشاركتهم متعتهم وشغفهم بالتدوين، إضافة إلى إقامة ورشة عمل في كل مدينة لمناقشة مواضيع تختص بالتدوين والبرامج المتعلقة به، إضافة إلى توزيع جوائز على ١٧ فئة مختلفة في مجال التدوين وتقول ياسمينا بريجي مديرة التسويق بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا[١]: (إنه لشيء عظيم أن ندعم المجتمع والمحتوى العربي مع طرح النسخة العربية Blogs ويعتبر العمل مع مؤتمر Blogotour مناسباً لكوكل، حيث يحرص كلاهما على تشجيع المجتمع العربي على زيادة المحتوى وتأكيده أن نتائج جولات المؤتمر بينت الاهتمام الشديد والحماس المتزايد تجاه التدوين باللغة العربية على شبكة الانترنيت)[٢].

---

(١) يمكن الاطلاع على معلومات اكثر على موقع، المدونات الالكترونية Blogotour ٢٠٠٨ : Parlons Blog.

(٢) جيران إضافه مجانية http://www.jeeran.com/?lang=a

٢- خصائص المدونات:

كل مدونة شخصية مزودة بمحرر نصوص متقدم يتيح للمدون كتابة المقالات وإضافة أي تنسيق وتشكيل بريد عليها بيسر وسهولة مع خيارات نشر مختلفة كتحديد الوقت والتاريخ والكثير لن تعرفه دون الاطلاع على لوحة التحكم الخاصة بكل مدون.

فكل مدون مستخدم للانترنيت يكون له ملف شخصي يمكن أن يضمنه كل معلوماته العامة وصورته الشخصية بعنوان ثابت ودائم على الانترنيت، ويمكن إعطاؤه كل من يريد التعرف عليه، إضافة إلى انتشار صداقات[1] وروابط مع محرري المدونات في نظام المدونات الالكترونية وورد بريس هو برنامج لإنشاء المدونات أو ما يسمى باللغة الإنكليزية Blog أو weblog وهذا برنامج حر ومجاني ويمكن استخدامه وتعديله ونسخه كما يشاء، ويتميز البرنامج وورد بريس بعدد من المميزات تشمل[2]:

١- سهولة إعداده وتركيبه وتحديثه.

٢-سهولة تركيب وتعديل القوالب، إضافة إلى وجود مئات من القوالب المجانية المتوفرة في مواقع كثيرة من ضمنها عشرات القوالب المعربة.

٣-سهولة إضافة المزيد من الخصائص والمميزات عن طريق الإضافات plugins.

٤- بتعدد الكتاب يمكن لأكثر من كاتب واحد المساهمة في الموقع مع توفر خاصية إعطاء صلاحيات محددة لكل كاتب.

---

(١) حسين منصور،بدايات ومراحل تطور الإعلام الالكتروني العربي والدولي على شبكة الانترنيت،رسالة دكتوراه مقدمة إلى كلية الآداب قسم الأعلام بجامعة الأزهر،٢٠٠٧ ،ص٤٥.

(٢) مجلة مدارات ArchiveduBlog شبكة المدونات مصدر سابق

٥-يمكنك كتابة مواضيع في المستقبل، أي تنشر في وقت ما من المستقبل يحدده الكاتب.

٦-يمكنك إرسال المواضيع إلى وورد بريس عن طريق البريد الالكتروني.

٧-يعتبر وورد بريس برنامجاً لإدارة المحتويات بمعنى آخر يمكن الاعتماد عليه لإنشاء مواقع صغيرة ومتوسطة[١].

٨-يوفر حماية ضد التعليقات السلبية (spam).

وهناك العديد من المميزات الأُخرى.

مزايا المدونات:

تتزاحم المدونات مع باقي المواقع مثل المنتديات وغرف الدردشة ومراكز تحميل برامج كثيرة جداً و(مكررة المحتويات)، وكذلك الحال عند إنشاء موقع لمدونة ما، نلاحظ أن أغلب المدونات العربية يغلب عليها طابع إما إخباري وإما إسلامي أو تقني تحتوي على أشياء جديدة لم يسبق أن فكر بها (هناك أكثر من مليوني مدير موقع على ألنت) وهو أمر صعب لكن المدونات لا يهم عن ماذا تتحدث، فهي ستكون مدونة متميزة عن كأس العالم، وعند تصفحها سنجد أن كل موضوع من مواضيعها يختلف عن الآخر، فالمدون عندما يكتب تدوينة جديدة يكتبها إما من تجربة شخصية، أومن خبرة اكتسبها مع الوقت، أو من خياله المحض، أو فكره السياسي، أو الاجتماعي، ومن ثم فإن كل تدوينة جديدة تحمل طابعاً شخصياً لمؤلفها، لذا فمن الصعب أن نجدها تتكرر عند شخص آخر.

وإن أغلب المواقع قد تغلق بسبب أو بدون سبب، أو تحدث تغيرات فيه عما كان عليه في البداية بسبب جراءة المدون، وقد يُكتَب موضوع مميز في المنتديات

---

(١) يمكن الاطلاع أكثر على موقع http://en.wikipedia.org/wiki/Photoblog .

وغيرها، ويبذل فيه جهد كبير وفجأة يتم التعليق عليه بشكل قاسٍ لا يمكن التحكم فيه، إضافة إلى أن المواضيع لا تحصل على الاهتمام الذي تستحقه وتذهب إلى المجهول مواضيع يكون الاهتمام بها لحظياً، ولا يهم عدد قرائه لأن لها زمناً محدداً بعد ذلك تذهب للنسيان، إضافة إلى أشياء عديدة لا تراها بالمدونات، لأن المدونة عالم شخصي لصاحبها، يضع فيها ما يريده دون شائبة أو تدخل يناقض الكلام في محتواها، ويتحكم بها بما يشاء، وله الحرية إذا أراد فتح مداخلات أو ترك الكتابة له فقط[1]، فالمنتديات حالة تختلف عن المدونات لأن الحرية في المدونة أوسع، والتعبير أجرأ، ويمكن التحكم بردود الفعل من قبل المدون.

فالمدونة هي رؤية العالم من وجهة نظر واحدة بمعنى عالم المدون الخاص. فأحد المدونين كتب عن واقع الجرائد الدعائية وإعلاناتها عن طريق تجربة تصفحه لتلك الجرائد فقط، وآخر عندما يتحدث عن جنود المشاة في العراق وما يواجهونه من حوادث تقع لهم. فهذهِ الأشياء لو يتم التحدث عنها في مكان آخر غير المدونة لما وجد شخص يهتم بها، لكن المدونة لها طعم ومعنى خاص لأنها تحول الحوادث الاعتيادية إلى أشياء شيقة وأفكار جديدة للزائر، إضافة إلى سهولة المتابعة ومعرفة أي جديد فيها، وهذهِ ميزة مهمة جداً، فأغلب المدونات بها تقنية[2] (RSS) رائعة تجعل المدون والمتصفح يستقبل أي مدونة جديدة مباشرة، فالذي يرتبط عن طريق برنامج قارئ RSS بأكثر من ٣٥ مدونةً وموقعاً إخبارياً حيث لا حاجة لتصفحها كلها كل مرة يدخل بها الانترنيت، فالبرنامج تلقائي يخبر المتصفح بمجرد الاتصال بالانترنيت، إذا كانت المدونات تحوي أي شيء جديد، ومع ذلك وإن لو

---

(١) يمكن الاطلاع على معلومات أكثر على ،موقع قناة الجزيرة الاخبارية على النت http://www.aljazeeratald.net

(٢) يمكن الاطلاع على معلومات أكثر على http://en.wikipedia.org/wiki/Blogospher

لم تحوِ المدونة على الـRSS فلا يهم، لأنه وبسبب طبيعة المدونات فأي موضوع جديد سيظهر مباشرة بمقدمة التدوينات بشكل واضح.

وفي المدونة لا يوجد سبب معقول يدفع المدون بأن يكرر مواضيع غيره بخاصية الـcopy، paste ويذيله بالعبارة الشخصية (منقول) لأنه ليس منتدى يريد فيه زيادة عدد مشاركاته، أو يريد أن يصبح مشرفاً عليه، أو هو موقع برامج وغيرها، لذا نجد كثيراً من محتوياتها مكررة ، أما المدونات فالمدون يصدر مدونته حسب مزاجه، ويكتب فيها ما يشعر تجاه العديد من المواضيع، كما أن المواقع العامة بأنواعها كافة تحوي عدة كتب وأشخاص بمختلف الأشكال، وكل شخص لابد أن يكون له توجه وفكر واحد يشمل كل جانب من الجوانب وهذهِ التناقضات بمكان واحد تجعلك تشعر بأنك بين عدد من التيارات الفكرية، أما في حالة المدونات فالمتصفح يختار المدونة التي تجذبه في فكرها، ويشعر معها بالراحة والطمأنينة أثناء قراءتها، وعدم وجود أشياء سلبية فيها، أي يختار مجموعة تتماشى مع ما يفكر به، وهي التي يقرؤها بدلاً من المواقع التي يجد فيها الخلط بعدة أشكال وهذهِ الميزة التي يستخدمها أغلب المدونين المصريين المعارضين لحكومتهم بسبب الغلاء وغيره التي تجذب آلاف القراء لمدونتهم[١].

وساهمت المدونات كوسيلة تعبير معارضة في الدول الدكتاتورية، وتركز معظم المدونات العربية على السياسة أو الأدب والشعر، ومع ذلك توجد مدونات عامة ومدونات متخصصة في علوم الإدارة مثل مدونة الإدارة والهندسة الصناعية أو في التكنولوجيا أو تتحدث عن التجارب الحياتية أو تربية الأبناء[٢].

---

(١) سعيد المصري وآخرون، المدونات المصرية فضاء اجتماعي جديد،القاهرة،دراسة علمية عن المدونات، صادرة عن مركز المعلومات والدراسات المصرية التابع لمجلس الوزراء المصري ومنشورة على النت: ص١٥.

(٢) برنامج وثائقي عن المدونين العرب وأشهر المدونات. ، أنجزته قناة الجزيرة الإخبارية عن طريق توثيق المدونات وإجراء لقاءات مع مدونين وشخصيات إعلامية وصحفية ومنشور على موقع الجزيرة نت.

أنواع المدونات الالكترونية:

وتعد المدونات أو التدوين الالكتروني من أسرع الاتجاهات نمواً على شبكة الانترنيت حسب موسوعة ويكبيديا http://en.widipedia.org ويمكن زيارتها على مواقعها الالكترونية ومن هذهِ الأنواع ما يأتي:[1]

المدونات الالكترونية التشعبية:

وهذهِ المدونات تحتوي على الروابط التشعبية (link blogs) وتعتبر المدونات الالكترونية التي تحتوي على الوصلات التشعبية (web link logs) أول أنواع المدونات الالكترونية التي تم نشرها على شبكة الانترنيت، ومن هنا جاء اسم المدونة الالكترونية weblog ويحتوي هذا النوع من المدونات على العديد من الروابط لمواقع الانترنيت التي يرى صاحب المدونة أنها تستحق الزيارة إضافة إلى وصف مختصر للموقع المشار إليه بالرابط.

المدونات التي تحتوي على المذكرات اليومية (online diary blogs):

وتتناول هذهِ المدونات الحياة اليومية لمالكها والأفكار التي يحلم بها في ذلك اليوم، ولا تحتوي هذهِ المدونات بالضرورة على روابط لمواقع الكترونية أُخرى.

المدونات الالكترونية التي تحتوي على المقالات (Article blog):

يحتوي هذا النوع من المدونات على عرض وتعليقات على الأخبار والأحداث وعلى أخبار وتقارير، وهي تكشف قدراً أقل من الحياة اليومية من المدونات الالكترونية التي تحتوي على المذكرات.

---

(١) يمكن مشاهدة العديد من أنواع المدونات على هذهِ الروابط:

http://www.blogwise.com, http://www.bloglines.com,

http://www.livejournal.com

المدونات الالكترونية التي تحتوي على الصور (Photo blogs):

تحتوي هذهِ المدونات على الصور مثل صور اليوم وغيرها مما قد يلتقطها المدون في مسيرته خلال النهار سواء في الشارع أم في السوق أم في العمل أم في البيت أم في المنطقة وغيرها.

المدونات التي تحتوي على مقاطع بث إذاعي pod cast blogs:

يقوم صاحب المدونة الالكترونية ببث مقاطع البث الإذاعي pod casts على أنها برامج إذاعية قصيرة مسجلة، وبإمكان المستمع تحميلها عندما يريد الاستماع إليها علماً بأن المصطلح (pod cast) مأخوذ من أجهزة pod أو هي عبارة عن مشغلات الملفات الصوتية بصيغة MP3 التي بإمكانها تشغيل ملفات pod cast.

المدونات الالكترونية التي تحتوي على مقاطع بث مرئي video cast blogs:

ويعد بث مقاطع البث المرئي video casts أحدث اتجاه في أوساط المدونات الالكترونية ممثلة بمقاطع البث الإذاعي pod casts غير أنها تعد بواسطة الفيديو[1].

المدونات الالكترونية المنوعة:

وتعتبر معظم المدونات الالكترونية مزيجاً من أنواع المدونات المذكورة سابقاً.

المدونات الالكترونية الجماعية:

ويتم فيها كتابة هذا النوع من المدونات بواسطة مجموعة من الأشخاص.

---

(١) محمد سعيد احجيوج،دفاتر التدوين-ألف باء التدوين-الدليل السريع لانشاء المدونات، المغرب،مؤسسة mshjiouij للنشر الالكتروني،٢٠٠٨،ص٩

(٢) المصدر السابق، ص١١

برامج التدوين الالكتروني :

وهي وسيلة لنشر المدون لمحتوى مدونته من معلومات وغيرها.

وتعتبر المدونات الالكترونية على الانترنيت هي مدونات خاصة كتبها أشخاص بصفتهم الشخصية للمتعة فقط، أما المدونات التحريرية فيقوم محررون محترفون بكتابتها وتحريرها، وإن بإمكان المدارس والجامعات والكليات والمنظمات والشركات ورؤساء الدول والمشاهير امتلاكَ مدونات خاصة بهم للتواصل مع القراء بالأحداث والأخبار والأشياء الأُخرى المتعلقة بتلك المنظمة أو المؤسسة، فبرامج التدوين الالكتروني هي برامج تكون مثبتة على الحاسوب، ويوجد نوعان من هذهِ البرامج:

الأول: برنامج التدوين الالكتروني الذي يتم تشغيله من سطح المكتب (أي سطح شاشة الحاسبة)، إذ يقوم المدون بإنشاء المدونة كاملة على حاسوبه الشخصي ومن ثم نسخها أو نسخ الملفات على خادم الـweb المرتبط به عبر ألنت، وميزة هذا النوع من البرامج هي أن المدون يتحكم بمدونته الالكترونية بشكل كامل وبإمكانه إرسالها أينما يريد[1].

الثاني: تكون بعض برامج التدوين الالكتروني مثبتة على الحاسبة الشخصية للمدون، ولكنها تتطلب التسجيل لدخول خدمة التدوين الالكتروني، وميزة استخدام هذا النوع من البرامج أنها تمنحك خيارات وتحكماً في المدونة الالكترونية أكثر من تلك التي يحصل عليها عند تعاقده مع خدمة التدوين الالكتروني الموجودة على الموقع الالكتروني. ويجعل هذا النوع من البرامج التدوين الجماعي أسهل من استخدام البرامج التي تنشئ المدونة الالكترونية كاملة على

---

(١) هند الخليفة، مرور أكثر من عام على ظهور أول مدونة عربية صحيفة الرياض ٨/ ٣/ ٢٠٠٥م http://www.alriyadh.com/article45567html

الحاسوب الشخصي قبل نسخها إلى خادم الويب، كما أن هناك خياراً ثالثاً عن طريق كتابة ونشر المدونة الالكترونية عن طريق البرنامج نفسه الذي استخدم لإنشاء ونشر الموقع الالكتروني للمدون إذا أراد كتابة المدونة باللغة العربية من خلال التأكد من دعم خدمة التدوين أو البرنامج للغة العربية.[١]

وهنالك أساليب لجذب القراء للمدونة عن طريق تسجيل المدونة في محرك بحث ليكون ذلك متاحاً لجميع مستخدمي الانترنيت ويتم تسجيل الموقع الالكتروني للمدونة في أدلة المدونات الالكترونية مثل موقع Blog catalog[٢].

والتدوين الالكتروني يعد طريقة سهلة لمشاركة الخواطر والأفكار مع العالم الخارجي، فيقوم المدونون باختيار طريقة التدوين المثلى التي تليق بشخصيته وتزيد من قيمة أفكاره وآرائه للجمهور عن طريق تسجيلها عبر الشبكة الدولية، فعليه الالتزام بالضوابط الأخلاقية والقيم العالية ليكون المدون صورة مشعة لمجتمعه وصورة مشرقة للعالم الذي يطلع على محتويات مدونته، مع أن التقنية الحديثة جعلت من التدوين أمراً سهلاً، وأعطته زخماً ودفعاً للتطور نحو الأمام، وسهلت اشعاعته بشكل كبير، فلابد للمدون أن يزيد من مطالعته، ويوسع أفكاره، ويتفاعل مع المجتمع بعيداً عن التعالي والنظرة الفوقية في الكتابة، وأن يبحث من خلال الانترنيت على المواقع التي ترشده للكتابة السليمة والصحيحة والتعامل الحسن عبر الانترنيت لكونه لغة عالمية لاطلاع الجمهور[٣]، وعليه تتكون مقالة المدونة الالكترونية من العناصر الآتية:

عنوان المقالة: هو بمثابة عنوان مقال صحفي، ويكون عنوان مقالة المدونة

---

(١) ويمكن مشاهدة هذا النوع على الرابط Mouable Type أو موقع word press.

(٢) موقع مختص بمقالة المدونات blogentery or blogpost.

(٣) سعيد المصري وآخرون، مصدر سابق: ص١٧.

على سبيل المثال على النحو التالي (يوم رائع.. أخبار رائعة).

الملخص: وهو شرح مبسط أو اقتباس من المقالة، ويستحسن ولكن ليس ضرورياً كتابة المخلص عند نشر تغذية RSS على مدونتك الالكترونية إذا كان المدون يميل لكتابة المقالات الطويلة.

نص المقالة: ويحتوي على المادة الأساسية للمقالة.

تاريخ المقالة: وهو تاريخ ووقت نشر المقالة.

التعليقات: وهي الملاحظات التي بإمكان القراء الإدلاء بها على مقالة معينة في المدونة الإلكترونية، كما يمكن عدم فتح المجال للآخرين بالتعليق على المقالة في المدونة إذا رغب المدون في ذلك.

التصنيفات: وهي عبارة عن مواضيع أساسية يكتب عنها بانتظام في المدونة الالكترونية ومن هذهِ التصنيفات، يوميات، تقنية، رحلات، علوم وتكنولوجيا وغيرها [١].

الرابط الدائم permalink: وهو عنوان انترنيت دائم للمقالة فإذا كان عنوان المدونة الالكترونية على سبيل المثال myblog.blogger.com فإن الرابط الدائم لمقالة معينة تكون مثلاً في المدونة myblog.blogger.com/permanentry.html ويتصفح دائماً بإرفاق الرابط الدائم لكل مقالة، لأنه الدليل لها، لأن أي شخص سيقوم بإضافة للمقالة من المدونة داخل مدونته سيتم عندها ربط قراء مدونته بالمقالة نفسها من خلال الرابط الدائم للمقالة بدلاً من ربطهم بالصفحة الرئيسية للمدونة.

الروابط الرجعية Trackback وPingback: وتعتبر روابط لمواقع أُخرى تشير إلى المقالة الخاصة بمدونة صاحب المقالة [٢].

---

(١) يمكن متابعة أكثر على http://www.redmon4u.com/2006/11/21/payperpost/

(٢) محمد سعيد احجيوج http://www.mshjouij.com/blog/40

تغذية RSS: وهي نسخة مكتوبة برموز لغة (XML CXML-Coded) من المدونة الالكترونية لصاحب المدونة أو أجزاء منها، فإذا قام بنشر خدمة RSS لموقعه الالكتروني فإن بإمكان القراء الاشتراك بمدونته بحيث يتم تنبيههم في برنامج قارئ الأخبار الخاص بهم أو في متصفح انترنيت متوافق مع RSS.

خدمة التدوين الالكتروني:

تسمح هذهِ الخدمة للكثير من المواقع الالكترونية بإنشاء مدونات خاصة مجاناً على خوادم الويب web الخاصة بتلك المواقع، وإن كل ما يمكن فعله هو إنشاء حساب جديد باستخدام خدمة التدوين الالكتروني الخاصة بالموقع[1]، ويمكن للمدون بعد ذلك بالتدوين مباشرة، وتعد خدمة Blogger واحدة من أشهر خدمات التدوين على الانترنيت، وتتميز خدمات التدوين بإمكانية استخدامها من أي مكان يمكن الوصول منه إلى شبكة الانترنيت، حتى إن بعض الخدمات تمنح إمكانية التدوين عن طريق إرسال رسائل عبر الهاتف المحمول، ويكون الجانب السلبي لخدمات التدوين أن المدون لا يمتلك القيود على حاسوبه الشخصي إذا قام بنسخها بشكل منفصل عليه، وهذا يعني أنه في حال كانت القيود على الخادم الخاص بمزود خدمة التدوين فقط وثم فقدانها من هناك لسبب ما فإن المدون سيفقد قيوده إلى الأبد لكونه لا يملك نسخة احتياطية منها على الحاسوب الشخصي، ومن هنا فإن الانترنيت بعالمه الرقمي سيستمر بإدهاش العاملين فيه، وسيجلب إلى ملعبه الإبداعي مزيداً من المتصفحين، ويوغل إلى آفاق جديدة على نطاق الاتصالات المتفاعلة مع المستفيدين من هذهِ الخدمة المتميزة، ولم يعد الناس يكتفون بدور التلقي السلبي لمنجزات ثورة المعلوماتية بل تطور الأمر إلى تبني المستخدمين لأنظمة تجارية يمكن من خلالها إجراء مختلف عمليات

---

(١) محمد سعيد احجيوج، المصدر نفسه.

العرض والطلب داخل تفرعات الانترنيت [١]، وشهدت حركة الانترنيت من التجديد مايهز دواخل عالمها بقوة إلى حد أن بعض الخبراء بات يتداول مصطلح ويب 2.0 للإشارة إلى التجديد، وبلغت أن بعض ملامح التغير جاءت من أماكن غير متوقعة، وتعتبر ظاهرة البلوغرز Blogs المدونات الالكترونية التجديد الأقوى في مفهوم الإعلام الرقمي الذي يعتبر من ركائز ثورة الاتصال الأساسية للشبكة الدولية للكومبيوتر مع أن بداياتها كانت متواضعة تماماً مجرد صفحات الكترونية يكتب عليها الجمهور مذكراته وخواطره حتى أصبحت عملاقاً ضخماً إلى حد أن صحيفة مثل (نيويورك تايمز وكما نقلت جريدة الحياة انتقلت عن عقود العمل لإنشاء شبكات تلفزيونية لكي تتفرغ للبلوغ أي المدونات الذي صنفته على الشبكة، إضافة إلى وكالة الأنباء الشهيرة رويترز (وهي شركة مالية ضخمة أيضاً) خصصت فريقا للعمل على مدار الساعة في بلوغها الذي أنشأته ضمن موقع سكند لايف second life وهي لعبة افتراضية تستقي تركيبتها من المدونات الالكترونية، أي: إنها مؤلفة أساساً من مدونات الجمهور[٢].

وباتت مواقع صحافة الانترنيت معنية بالمدونات الالكترونية، وتستخدم التقنيات المتعددة لإرسال موادها بما فيها المواد المرئية المسموعة للصحافة الرقمية إلى تلك الصفحات، وبدأت ظاهرة Blogs وكأنها تستولي على التطور التقني أيضاً.

وتمكن الجمهور أن يرسل أشرطته ليطبعها على المدونات بعد شيوع رسائل بريدية عبر الهواتف الخلوية، والتي باتت المدونات معرضاً هائلاً لتلاقي النصوص مع أفلام الخليوي، وهكذا ظهر موقع مثل (يوتيوب) U Tube الذي يعتبر من أهم مظاهر الإعلام الجديد، إضافة إلى أن ظاهرة المدونات أثرت في السينما التي

(١) حسين منصور،مصدر سابق ،ص٣٤.

(٢) محمد سعيد احجيوج،دفاتر المدونين،مصدر سابق،ص٩.

وسعت لملاقاة التحدي الذي فرضته أفلام الخليوي التي يصنعها الجمهور ويضعها على المدونات، وظهر ذلك المنحنى في مهرجان (صن دانس) Sun dana festival والذي تقاطعت فيه ظاهرة المدونات مع الخليوي في ظاهرة للشبكات التي تصنع عبر هواتف (آي بود) i pod تحديداً، والتي دفعت بمصطلح جديد إلى عالم الأعلام هو (بودكاستنغ) podcasting في الإشارة إلى البث عبر تلك الشبكات[1].

إن صفحات المدونات أخذت تتلقف هذا البث وتسهم في نشره أيضاً، ولعل ذلك يفسر اهتمام محرك البحث (كوكل) Google بتقليد تجربة (آي بود) حسب ما أكده موقع (البوابة العربية لأخبار التقنية) أخيراً تسعى شركة Google إلى تطوير جهاز يجمع بين مزايا الهاتف المحمول واتصالات الانترنيت، إضافة إلى ورود عدد من الجرائد الآسيوية التي أشارت إلى قيام Google بجولة بين شركات تصنيع الهواتف المحمولة، وأخيراً باشر موقع (كوكل) بإدخال مجموعة من الخدمات التي تتوجه إلى الهواتف الخليوية، كما دمج قسم الخرائط الالكترونية (كوكل مابس) Google Maps مع هاتف (آي بود)، وبذا تحولت صفحات المدونات الالكترونية إلى مساحة هائلة لتقاطع التقنيات الرقمية، وبقول آخر: فإنها جددت في مفهوم (التلاقي الرقمي) Digital Convergence الذي يستخدم تقنياً في الإشارة إلى ذلك التقاطع.

---

(١) اتحاد المدونين العرب www.arabictadwin.com/-78k

المبحث الثاني

نشأة المدونات ووظيفتها على الانترنيت

نشأة المدونات على الانترنيت:

انطلقت ظاهرة المدونات على الانترنيت منتصف تسعينيات القرن الماضي في أمريكا وخصوصاً مع موقع دروج ريبون Drudge Report الذي يعتبر البداية الحقيقية للمدونة، والذي أسهم في نشر فضيحة مونيكا يفنسكي السكرتيرة الخاصة للرئيسي الأمريكي السابق بيل كلنتون، ويعتقد بعض الاختصاصيين بمعلومات الانترنيت أن التدوين انطلق مع تأسيس Justin Hall سنة ١٩٩٤م[١]، كأول موقع يمكن تصنيفه كمدونة، وكانت تعرف حينها باسم المذكرات الالكترونية، وأول من ابتكر مصطلح weblog هو المدون الأمريكي جورج بارغر في عام ١٩٩٧م وفي هذهِ السنة ظهرت خدمات التدوين مثل Xanga وOpem Diary سنة ١٩٩٨م، ثم Blogger وlive journal سنة ١٩٩٩م الذي اشترته شركة Google، ويمكن اعتبار سنة ٢٠٠١م بداية المرحلة الثانية أو الميلاد الحقيقي للمدونات خاصة بعد أحداث ١١ سبتمبر، ففي هذهِ المرحلة دخل الصحفيون إلى معترك التدوين[٢]، وبدأت المدونات تكتسب شيئاً فشيئاً قدرتها على التأثير، ففي سنة ٢٠٠٢م استقال السيناتور Trentlott بعد هجوم شنه المدونون على خلفية تصريحات أطلقها صنفت على أنها عنصرية، وتعد هذهِ الحادثة درساً حول قوة وسائل الإعلام الجديدة في الصحافة الأمريكية، والتي عبر فيها السيناتور خلال عيد ميلاد أحد زملائه (وكان تورنيت لوت الجمهوري من ولاية مسيسبي) عن حنينه كجزء مشع من الماضي الأمريكي عندما كان التميز العنصري شكل السياسة الرسمية السائدة في

---

(١) المدونات الشخصية،موضوع جريدة الرياض www.alriyadh.com/2008/5/23

(٢) المدونات باب آخر للحرية،العربية، www.alarabiya.net/views/2008/1/13

معظم أنحاء البلاد، ولم يلق بيانه في حينه اهتماماً كبيراً من وسائل الإعلام الكبرى الواسعة الانتشار، ولكن عدداً من كتاب المدونات الالكترونية الوليدة أو كما يطلع عليها صحافة الانترنيت بيلوغر Blog المدون اختصاراً weblog، وقد عبر مستخدمو المدونات الالكترونية في أمريكا في مدوناتهم عن الحدث الذي أثار المنتمين لليسار واليمين السياسي على حد سواء، وعبروا عن سخطهم وصب بعضهم غضبه على وسائل الإعلام لعدم التفاتها إلى ما جرى، وبعد انقضاء بضعة أيام من هجوم كتاب المدونات الالكترونية قررت وسيلة إعلامية كبيرة تغطية الخبر مما وسع دائرة المعارضين، وتضاءل عدد الداعمين لزميلهم لوت حتى تنحى في نهاية المطاف عن منصبه القيادي في الحزب الجمهوري وفي مجلس الشيوخ الأمريكي، وهذهِ الحادثة شكلت نوعاً من الإنذار المبكر للسياسيين والشخصيات العامة من الفئات كافة لما للعاملين في وسائل الإعلام من تأثير في المجتمع، وهذا مؤشر على تطور متسارع لوسائل الاتصالات ومنها المدونات الالكترونية أو كما يطلق عليها اسم الصحافة البديلة، وأخذت ما تستحقه من مكان وبدأت تشكل قوة تزداد في أهميتها باستمرار(١).

بعدها ظهرت ما عرف بمدونات الحرب أثناء الغزو الأمريكي للعراق سنة ٢٠٠٣م وما سبقها، إذ ظهرت مدونات مؤيدة للحرب على العراق عام ٢٠٠٢م ومن أشهرها انسد تابو ندت، وكانت الحرب على العراق سبباً من أسباب ذيوع المدونات وانتشارها، وتباينت المدونات في أمريكا وبريطانيا ما بين مؤيده للحرب وأُخرى معارضة لها، وفي عام ٢٠٠٣م ظهرت مدونات كوسيلة للعديد من الشخصيات المناوئين للحرب في الغرب للتعبير عن مواقفهم السياسية، ومنهم مشاهير السياسة الأمريكية من أمثال هوارد دين، كما غطتها مجلات شهيرة كمجلة فوربس في

---

(١) WALEED, Blog Archive- blogger.com

مقالات لها[1]، إضافة إلى أن معهد آدم سميث البريطاني استخدم هذهِ الوسيلة في تأصيلها بدوره إضافة إلى ظهور مدونات يكتبها عراقيون بعضهم يعيشون في العراق ويكتبون عن حياتهم في الأيام الأخيرة لغزو العراق وأثناء الاجتياح الأمريكي، واكتسبت هذهِ المدونات شهرة واسعة وعد قراؤها بالملايين، وطبعت إحدى هذه المدونات وهي: أين رائد، Where is Raed? المكتوبة غالبيتها باللغة الإنكليزية في كتاب، وظهرت مدونات أُخرياتٍ يكتبها جنود غربيون من العراق مما يشكل مفهوماً حديثاً لدور المراسل الحربي، وانتشرت المواقع الشخصية التي يتحدث أصحابها عن تجربتهم الشخصية في الحرب وتقديم ما يشبه المذكرات التي تؤرخ للأحداث أو تبدي الآراء.

تفاعل انتشار المدونات مع ذكر الحرب على العراق التي جذبت المدونين وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية عندما بدأ الجندي الأمريكي "جاسون" في تدوين مذكراته أثناء الحرب ووضعه لعينة من الصور الرهيبة المعبرة عن مآسي الحرب في مذكراته الالكترونية تلك، واستطاع هذا الجندي أن ينقل وجهة نظر المدنيين العراقيين ومعاناتهم وآمالهم، ونجح في تقديم ما لم يلتفت إليه الإعلام الأمريكي التقليدي في فترة الحرب وقبلها.

وهكذا أسهمت الحرب على العراق وقبلها أحداث ١١ سبتمبر في ظهور وانتشار المدونات وشيوعها مع أن حضورها كان فاتراً بعض الشيء قبل هذهِ الفترة، ولكن مع احتدام الأزمة بين العراق وأمريكا وإعلان قرار الحرب وتاريخ بدئه، تغير الموقف، وازدادت أهمية التدوين، وكانت قد تأسست قبيل اندلاع الحرب مدونات تدعم الجمعيات والمنظمات المعارضة للحرب والمدافعين عن حقوق الإنسان خاصة، منهم أولئك الذين سافروا إلى العراق قبيل الحرب كدروع بشرية فكانت

---

(١) يمكن الاطلاع على معلومات أكثر على موقع المدونات الشخصية، B>B>.com

يومياتهم وتعليقاتهم الحية حول ما ينشرون على هذهِ المواقع من أخبار وبشكل مباشر ومستقل عن وسائل الإعلام التقليدية، ويتلقون الردود والمناقشات والأفكار والمناظرات من مستخدمي الشبكة حول العالم[1].

وكانت مواقع المدونات خلال الأسبوع الأول للحرب من أفضل المواقع تغطية مثيرة للحرب مقارنة بجهات ومواقع إعلامية عتيدة، وبعضها قدم تاريخاً يومياً للحرب ووقائعها بالاعتماد على معلومات من شهود عيان ويوميات لأشخاص عايشوا الأحداث[2]، ومن بين التجارب المؤثرة في المدونات وعلاقتها بالحرب على العراق يمكن التوقف عند تجربة المدون العراقي رائد والتي عرفت مدونته بغداد بلوجر وسلام أو سلام باكس وأين رائد؟[3]، وساهمت هذهِ المدونة وبشكل فعال في انتشار ظاهرة المدونات عالمياً، وذلك من خلال كتابة رائد لمذكراته اليومية عن الحرب الأمريكية على العراق، وتحولت هذهِ المدونة إلى مصدر مهم للأخبار وخاصة أثناء الغزو الأمريكي للعراق إذ تعود إليها الصحافة العالمية في أكثر من مناسبة خاصة أمام تقلص وانحسار المعلومات حول ما يجري في العراق بسبب اختطاف واغتيال الصحفيين، وتبعية وسائل الإعلام إلى فيالق الجيش الأمريكي ففي حرب فيتنام كان التلفزيون وراء تغيير الطريقة التي كان يرى الناس بها الحرب، ومع الحرب على العراق قدمت المدونات دوراً جديداً ومختلفاً في تقريب الحقيقة ونشر المعلومة، وتمكين الناس من حرية الاطلاع على تفاصيل الحرب بعيداً عن التوظيف السياسي أو العسكري.

وفي غضون عام واحد من ذلك أي في عام ٢٠٠٤م أصبحت المدونات ظاهرة

---

(١) للاطلاع أكثر انظر،موقع سي نات نيوز http://bloger.modawanti.com

(٢) المصدر السابق سي نات نيوز http://bloger.modawanti.com

(٣) يمكن الاستزادة أكثر بالاطلاع على، موقع أين رائد Where is Raed? والذي يكتب بالإنكليزية ويحتوي على أرشيف يعود إلى تشرين الأول ٢٠٠٢م وعنوانه http://dearraed.blogspot.com

عامة بانضمام العديد من المستفيدين من الانترنيت إلى صفوف المدونين وقرائها وتطور الأمر كما رأى أحد الباحثين[١]، إلى أن أصبح عام ٢٠٠٥م هو عام المدونات. ويقر مشروع (بيو للانترنيت والحياة الأمريكية) زيادة عدد الأمريكيين الذين يقرؤون المدونات بنسبة ٥٨٪ عام ٢٠٠٤م ليصل العدد الكلي إلى حوالي ٣٢ مليون قارئ، ويفيد مشروع "الامتياز في الصحافة" التابع لجامعة كولومبيا في مدينة نيويورك أن معظم هؤلاء يتابعون المدونات من الحصول على المعلومات ومتابعة الأخبار[٢]، كما أفادت إحدى الدراسات الحديثة أن حوالي ١١٪ من المستهلكين على الخط المباشر Online consumers يقرؤون المدونات بصفة شهرية على الأقل، وهذا العدد أخذ في الازدياد بسرعة[٣]، ومن الأحداث الكبيرة في عالمنا التي أعطت للمدونات زخماً جديداً واندفاعاً كبيراً للانتشار هي كارثة تسونامي في جنوب شرق آسيا والتي سبق فيها كتاب المدونات هناك الصحافة في تغطية أطوار هذهِ الكارثة، وغطوا بتفاصيل الكلمة وخاصة صورة الدمار الذي خلفته، حتى إن العديد من القنوات التلفزيونية قامت بنقل تفاصيل المدن في هذهِ المدونات، كما نجحت المدونات في حث وتحضيض الناس وتحفيزهم على التبرع، وهذا الحماس دفع الحكومة البريطانية إلى الرفع من قيمة تبرعها بعد أن فاق تبرع البريطانيين بفضل تأثير المدونات، والذي ما كانت الدولة تعتزم تقديمه، والسبق نفسه حققته المدونات خلال إعصار كاترينا المدمر الذي ضرب الولايات المتحدة الأمريكية، هكذا أصبحت المدونات وبشكل ملفت إبداعاً وتجسيداً إنسانياً غير مسبوق عن كيفية توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة كأداة يمكنها أن تساعد الرأي العام بشكل فعال، وليس منبراً في التغيير عن مشاعر حول الحرب والكوارث والعديد

---

(١) الاستزاده تابع، موقع The Expanding Role of search. لـ pawL. Bruemmer 2005
http://www.al-jazirah.com.sa/digimag..oo4maaa35.htm

(٢) مجلة هاي ،مستقبل المدونات وصحافة المستقبل (تشرين الاول ٢٠٠٥م)،مصدر سابق.

(٣) للاطلاع أكثر يمكن زيارة،موقع على الشبكة الدولية
shttp://www.infotoday.com/ci/2005/pre...Blogging-pps

من القضايا الإنسانية، ومن هذا السياق وتلك الأسباب لتوسع المدونات واتساع نشاط القائمين عليها يمكن أن نقول: إن صفحات المدونة أصبحت أقرب إلى الجريدة أو الصحيفة الالكترونية، أو إلى ما يمكن أن نطلق عليه بيوميات أون لاين Online أو مذكرات الكترونية إذن هي عبارة عن ظاهرة جديدة تسهم في تحديد هوية الانترنيت على شاكلة "هاكرز" وسايبورغزر وتجمعات الشبيبة المناهضة للعولمة ومواقع النقاش الحر والمفتوح الممنوح المختلفة كالمنتديات ومواقع الدردشة والتي يمكن للجميع تبادل الرأي حول قضايا متعددة اجتماعية وسياسية واقتصادية ويشترك كل هذا التشكيل الجميل الالكتروني في تقنية الاتصال نفسه التي هي الانترنيت(١).

ويعتبر العديد من الباحثين على الانترنيت أن كل هذهِ المواقع ومن بينها المدونات هي عبارة عن انترنيت بديل وكتابة حديثة بإمضاء شباب الانترنيت، إنها ظاهرة تشبه شكلاً من أشكال النميمة أو الإشاعة الصحيحة إذ يهيمن كل ما هو سري ومكبوت وغير رسمي ومنفلت وحميمي ومناهض للإجماع العام ومهمش على ما ينشر في المدونات، فللمدونة تأثير كذلك على مريديها ومستعمليها، ويعود ذلك خاصة إلى ما يتميز به الانترنيت من سرعة وتحريرية في الاستجابة إلى آراء الجمهور وبشكل مختلف عن وسائل الاتصال التقليدية، وهو ما يحيلنا إلى ضرورة التوقف عند سؤال ثقافي يتعلق لماذا يدون المدونون؟.

وأخذت المدونات منحى جديداً عندما بدأت بتزويد الجمهور بتعليقات سريعة على الأحداث المتلفزة مكونة بذلك ما يسمى بـ(التدوين الحي) الذي يشبه نمط النقل التلفزيوني الحي للأحداث والأخبار، ومع أن كلمة blog دخلت في قاموس Webster وأصبحت من مفردات اللغة الانكليزية، وخصصت صحيفة الكارديان البريطانية الصفحة الثانية منها لنشر يوميات المدونين في عام ٢٠٠٥م وإضافة إلى

---

(١) مايكروسوفت تغير سياستها من المدونات الشخصية www.itp.net/arabic/news

إنشاء هيئة الإذاعة البريطانية الـ(BBC) مدونات محرريها عام ٢٠٠٦م فإن انتشارها وشهرتها الواسعة جعلها توصف بأنها ثاني ثورة على الانترنيت بعد البريد الالكتروني[١].

اتضح عن طريق السنوات الماضية ويتضح دوماً بمرور الوقت أن الانترنيت يعد أحد أبرز وسائل نشر المعلومات الجارية والأخبار الحديثة، وأحد أبرز أساليب التفاعل المباشر بين منتجي المعلومات والمستفيدين منها، وزخم المعلومات الذي سببته الانترنيت جعل الانترنيت نفسها تبتكر بعض الأساليب التي تمكنها من مواجهة ذلك الزخم الذي يفيض على الشبكة عن طريق انتقاء المعلومات والأخبار والمصادر ذات الصلة، وتلخيصها ونشرها وتحديثها وإتاحة فرصة التعليق عليها من قبل المطلعين و المستفيدين منها، مما بدا أخيراً أنه يحقق في المدونات كمصدر للمعلومات وكأسلوب لنشر المعلومات على الشبكة العنكبوتية ومن هنا ينظر علم اجتماع الانترنيت[٢]، إلى التدوين بصفته وسيلة النشر العامة التي أدت إلى ازدهار دور الانترنيت باعتباره أُسلوباً للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى إضافة إلى كونه وسيلة للنشر والدعاية للمشروعات والحملات المختلفة كيفما كان موضوع أو نشاط تلك المشروعات والحملات، ولذلك نظر البعض إلى المدونات بوصفها أحد أساليب المشابكة الاجتماعية social network التي يمكن أن تدفع المستفيدين للانخراط والتكيف مع تقنيات إدارة المحتوى لأجل تلبية حاجاتهم الخاصة بتطوير مجتمع افتراضي ينبض بالحيوية والنشاط[٣]، وتكتب المدونات بشفافية إنسانية مميزة ويمكن لمتابع المدونات هذهِ أن يلاحظ التباين بين هذهِ المدونات والمقال الصحفي النموذجي الذي يترك للآخرين الشعور بأنه

---

(١) محمد سعيد احجيوج ، دفاتر تدوين، مصدر سابق، ص٧.

(٢) مصدر سابق موسوعة ويكيبيديا ،المدونات والانترنيت.

(٣) يمكن متابعة موقع،

http / /:www.blogger.com /BLOGGER http / /:pro.blogger.com/ BLOGGER

كتب من قبل لجنة وفقاً لصحيفة موحدة وليس من قبل فرد، وتشكل إنسانيات المدونات هذهِ بالذات دعماً حيوياً لهذا النوع من وسائل الإعلام، وهذهِ المدونات تنشر يومياً بلغات العالم العربية والصينية والبرتغالية واليابانية إضافة إلى الإنكليزية وهي من بين ملايين المقالات المنشورة يومياً على الانترنيت.

وإن الدوريات ضمن سياقاتها الأوسع هي طريقة تعويض للطرق الجديدة المختلفة التي أصبح بإمكان مستخدمي الانترنيت العاديين استعمالها للنشر بأشكال متنوعة، منها التسجيلات السمعية أو الفيديوية كما أسلفنا سابقاً لأعمالهم على شبكة الانترنيت، وهذا يشكل جزءاً يسيراً من الديمقراطية في الإعلام في مجالي التأليف والتوزيع، وقد أخذت الأدوات التي تستخدمها لخلق المحتوى الرقمي تزداد قوة، وتضاءلت كلفته، وأصبح بإمكان المدون عرض نتائج الإبداع الذي يقوم به على الجمهور من القراء الذي يمكن أن يكون عالمياً. وهذا هو التطور البشري في التاريخ الحديث خاصة بعد أن دخلت الترجمة الآلية الفورية للغات كافة في هذهِ العملية، والتي أصبح من السهل ترجمة أي نص أو معلومة من أي لغة في العالم بسهولة ويسر، ويمكن مراسلة ومجاورة أجناس من شتى اللغات عبر الترجمة وكذلك بفعل الآخرين[1].

وإن بعض أصحاب المدونات حلت مفكراتهم الالكترونية بصورة أساسية محل الرسائل التقليدية الموجهة للعائلة في الوطن وإلى الأصدقاء المقربين، أما قيمة ما يكتبه القارئ في هذهِ المقالات الشخصية جداً فمن المؤكد أنها ستكون أعظم لكل قارئ فردي معين من قيمة المدونات المماثلة الأكثر شعبية على الانترنيت.

ومع أن أول ما انتشرت المدونات وكتابة المفكرات الالكترونية الشخصية في الولايات المتحدة؛ لكون الأدوات الأولى الخاصة بالانترنيت جاء على يد شركات

---

(١) شريف درويش اللبان، مصدر سابق، ص١١٨.

أمريكية طورت برامج الكومبيوتر اللازمة، فإن هذهِ المدونات أخذت في التحول إلى ظاهرة عالمية، وهنالك إحصائيات لتزايد عدد المدونات في العالم بشكل مضطرد متضاعف، وقد يصل عدد المدونين لغاية عام ٢٠١٠م إلى مئة مليون مدون في العالم .

والعلاقة بين صحفيي الانترنيت، أي: المدونيين الشخصيين والصحفيين التقليديين جديرة بالملاحظة، حيث سارع العديد من الصحفيين التقليديين إلى كتابة مقالات الانترنيت بحماس، بينما لم يُعِر آخرون هذا النشاط أي أهمية ورفضوه برمته، ويقول دان غلمور[١] إن المدونات الشخصية تفتح آفاقاً جديدة في مجال الانترنيت، وقد بدأ في العام ١٩٩٩م بكتابة أول مدونة الكترونية لصحفي يعمل في وسائل الإعلام التقليدية في أمريكا وإحدى الصحف الواسعة الانتشار، وعندما كانت برامج الكمبيوتر اللازمة للإعلام الالكتروني مازالت في بدايتها، وكنت قد كتبت آنذاك حول التكنولوجيا، وأصبح البوغز أو المدونة الشخصية التي أنشأتها، وواصلت أدون مقالاتي فيها، وأنشرها علاوة على مقالاتي وتعليقاتي في صحيفة (سان خزيه مركوري ينوز[٢]، في سيليكون مالي بولاية كاليفورنيا) كجزءاً أساسياً من عملي، ولأنه مكنني من التحادث مع قرائي، وأدركت بسرعة أثناء الكتابة عن التكنولوجيا في سيليكون فالي أي قالب صناعة التكنولوجيا المتقدم، إن قراءتي لمجموعة يعرفون أكثر مني بكثير عن الموضوع، وكانت المدونة الالكترونية (blog) وسيلة أُخرى للتعلم، ويواصل قوله...: لقد تقاطعت كتابة المقالات بالانترنيت مع أعمال المؤسسات الإعلامية، وقد وجد بيو في مشروع الانترنيت أن احتمال قراءة الصحفيين الأمريكيين للمدونات يفوق كثيراً احتمال قراءة عامة الناس لها، ولا يثير هذا الأمر الدهشة، لأن مقالات الانترنيت

(١) يمكن الاطلاع على موقع،شبكة النبأ المعلوماتية،www.annabaa.org ١/ ٥/ ٢٠٠٧

(٢) يمكن متابعة أكثر على موقع المدونات الألمانية DW-World-d.

أو المدونات تخدم دوراً يماثل تقريباً دور المجلات المتخصصة بمهن معينة، والتي تعتبر مصدراً قيماً للمعلومات للمراسلين الذين يكتبون في مجالات كثيرة.

إن نشر الصحفيين المدونات الشخصية فَتَحَ آفاقاً جديدة للقنوات الفضائية ومختلف وسائل الإعلام وبيَّن أهمية المدونات، وعرض منها في هذهِ الوسائل، وتم تنظيم لقاءات معهم ومع كبار الصحفيين للوقوف على هذهِ الظاهرة الجديدة والمميزة بعمق وشمولية في الشبكة العالمية ووسائل الإعلام المختلفة[١].

وإن شكلها يميل إلى تشجيع الصوت الفردي أو الشخصي في الكتابة، وبدا أمراً غير طبيعي نوعاً ما بالنسبة للمهتمين الذين تعودوا على إبقاء أحاسيسهم ومعتقداتهم بعيداً عما يكتبون ويذيعون، وكان كتاب مقالات الآراء في الصحف هم الاستثناء الواضح لهذهِ القاعدة العامة.

وشكل عدد من كتاب الأعمدة المهتمين بقطاع الأعمال تصورات أعمق حول المسائل التي يخطونها في الإصدارات المطبوعة، إضافة إلى نجاحهم مقارنة بالصحفيين الذين يصنفون أنواعاً أُخرى من المواضيع، وبالأخص المواضيع الترفيهية، كما استطاعت الصحافة الشعبية أو المدونات أن تقدم تغطية إخبارية مازالت نادرة نوعاً ما من حيث الشفافية.

وتشكل مقالات الانترنيت أداة مفيدة في تلك العملية، ومنها ما تقدمه شبكة الأخبار التلفزيونية الأمريكية سي بي أس من أخبار المدونات، وتطلق عليه اسم "بلك" أي تصورات حول طريقة عمل الشبكة نفسها[٢].

وقد أثبتت المدونات أنها ملائمة بشكل خاص لتغطية مستجدات الأنباء المكتشفة تدريجياً أثناء الكوارث الطبيعية التي يسعى القراء لمعرفة التطورات

---

(١) وكذلك متابعة، موقع هيرل ايست أو ثلاثين middle east online.

(٢) جريدة الحياة ،المدونات الالكترونية، ٣٠/ ٤/ ٢٠٠٧ على موقعها الالكتروني.

والمستجدات مهما كان حجمها صغيراً.

وكانت المدونات تحل محل المقالة في الصفحة الأولى لصحيفة مطبوعة لفترة، وهذا ما ساعد صحافة الانترنيت على البديل في إبقاء القراءة لصحيفة تايمز بيكون الصادرة في مدينة نيو أورلينز الأمريكية إلى أن تغادر مبنى مكتبها مع غيرها من سكان المدينة التي دمرها إعصار كاترينا تقريباً على اطلاع من خلال الانترنيت حينما لم يكن من الممكن إصدار الصحيفة المطبوعة[1].

وقد أتاح بيل غايتس المؤسس المشارك لشركة مايكروسوفت ورئيس مجلس إدارتها إجراء مقابلات للمدونين (بلوغرز) لا ينشرون مقالاتهم إلا على الانترنيت إضافة إلى المسؤولين التنفيذيين في شركات أُخرى يدركون أن كتاب المدونات على الانترنيت الرئيسيين يستطيعون تشكيل قناة ممتازة للوصول إلى عامة الناس[2].

مما حتم على شركات وسائل الإعلام أن تفكر باجتذاب أفضل مواهب إعلام الانترنيت للعمل لديها. وقد اشترى قسم .Aol في شركة تايم وود شركة (ويبلوغرانك) وهي شركة تنتج مقالات متخصصة للانترنيت حول مواضيع كالتكنولوجيا والسيارات بمبلغ ١٥ مليون دولار وعقد العديد من الصفقات المماثلة.

ولم تنجح المنظمات الإعلامية الرئيسية لحد الآن في السيطرة على حركة كتابة المدونات، حتى لو حاولت ذلك لن تستطيع بسبب الحاجز المالي الذي يقف أمام ولوج هذه السوق، والذي يقرب من الصفر حالياً، ومن ثم يستطيع أي فرد يمتلك

(١) مجلة أخبار الأدبي، مصر، صقر الإلكترون، ، العدد ٢٣٨،ص٢٧، الأحد ٢٤تموز ٢٠٠٥.

(٢) يمكن الاطلاع على معلومات أكثر في موقع، مكتب الإعلام الخارجي، نشرة واشنطن موقع يواس أنقو ٣٠ آذار ٢٠٠٦م-www.america.gov/.../2006/.../20060331125044aaywalhsib .le0.2198297

الموهبة والوقت أن ينشيء مدونة (مفكرة الكترونية) أو يقيم نظام بث محمولاً أو وسيلة إعلامية من نوع آخر دون أن ينفق ثروة في ذلك.

إن توسع المدونات خلق هنالك تساؤلات وانتقادات حول استعداد المدونات المتكرر كثيراً إلى إطلاق النار شفهياً قبل التصويب على الانترنيت[1].

وإن من بين أفضل صفات كتابة المقالات على الانترنيت هو أن يتم اكتشاف الأخطاء والإشارة إليها بحيث ترتفع السمعة وتهبط على أساس النوعية إلى حد كبير.

وهنا يتعلم قراءة المقالات أو المدونات ممارسة القدرة الملائمة من الشك فيما يتعلق بصحة ما يقرؤونه على شبكة الانترنيت.

إن صحافة الانترنيت أو المدونات والإعلام الذي يتجه المواطنون إليها أصبحت مجالاً محرراً لأصوات الناس ضمن مبدأ عام دام طويلاً لدى وسائل الإعلام الأمريكي، ويمكن القول إن حرية الصحافة هي ملك الذين يملكون مطبعة، أما في عصر وسائل الإعلام الرقمية الجديدة فقد أصبحنا جميعاً نملك مطبعة وكلما زاد عدد الأصوات كان ذلك أفضل[2].

فالمدونة هي أسلوب صحفي لبداية عالمية لامتزاج الآراء والأفكار والتفاعل بين الحضارات والشعوب لانطلاقها من أرضية واحدة هي الانترنيت من خلال سهولة الدخول عليها وتعميمها على شعوب الأرض.

وإن إقبال الشباب على المدونات هو تصور خارج العمل التقليدي، وهو وسيلة جديدة لمخاطبة الآخرين، ولأن المدون يتصرف كصحفي في موقعه يقول فيه المدون ما يشاء داخل موقعه دون أن يحاسبه أحد، ويلاقي إقبال الناس وتقييمهم

---

(١) يمكن الاطلاع على معلومات أكثر في موقع /iraqegypt.blogspot.com

(٢) يمكن الاطلاع على معلومات أكثر في موقع ،سردار، كيف تقوم بإنشاء مدونة عصر الإعلام الشخصي،، ١٠/ ٣/ ٢٠٠٦.

بسرعة، ويسمع آراء وملاحظات الجمهور على الملاحظات التي يجدونها في الشارع ويتفاعلون معها، وهذهِ الآراء يتم تصحيحها ما لم تكن دقيقة، ومن الجمهور من يتهم المدونين بعمل الدعاية الشخصية، ومن ثم يسعى المدون إلى تدوين ما يهم المتصفحين من حدث معين(١).

محتويات المدونات:

تتيح المدونة في محتوياتها كافة للإطلاع والمشاهدة والمشاركة لجمهور محدد من مستخدمي الانترنيت يتفاعل مع المعلومات والآراء المكتوبة والمواد المنشورة كافة سواء بمشاهدات أم تعليقات مكتوبة، ويطلق على هؤلاء قراء المدونات وتضم هذه المدونات المحتويات الآتية:

١-التدوينات والمقالات والمواضيع التي تكتب من قبل صاحب المدونة وتظهر بالصفحة الرئيسية.

٢-الأرشيف الذي ترتب فيه المواضيع حسب التصنيف أو حسب الفقرة الزمنية للكتابة أو لكليهما.

٣-صفحة خاصة أو معينة وحسب رغبة الكاتب الذي يكتب فيها سيرة ذاتية أو تعريفاً عن المدونة وصفحات خاصة للاتصال به والمقابلات التي يجريها أو أجراها(٢).

٤-المدونات الصديقة وهي روابط يرتبط معها بمواقع قد يراها مهمة أو ترتبط بمدونة المدون.

---

(١) جريدة الحياة نت، يمكن الاطلاع على معلومات أكثر في ،دراسة لمنى الحيالي، من المراهقة إلى السياسة، المدونات في أمريكا، تقرير واشنطن، العدد ٧٢، ١٩/ ٤/ ٢٠٠٦.

(٢) مدونة وائل عباس الرعي المصري http://misrdigital.blogspirlt.com

٥-أيقونات شبيهة بالروابط ولكن هذهِ الروابط مصورة، وأنسب حجم للأيقونة ١٥×٨٠ سم ويفضل فيه أيقونة خاصة بمدونة كي تنقل ما يشاء فيها ويضعها بموقعه.

٦-لوحة التحكم لكل مدونة خاصة بها يكتب التدوينات ويعدل من شكل المدونة ويلغي صفحات عن طريقها.

وهناك أنواع للمدونات حسب استخدام الوسائط المتعددة والبحث فيها، وكل نوع يختلف عن غيره في الطريقة التي يكتب بها المدونات أو تقدم بها ويمكن إجمالها بما يأتي[١]:

١-حسب نوع الواسطة: فالتي تحتوي على الفيديو تسمى فيديوية، والتي تضم روابط تسمى مدونات مترابطة، والتي تضم صوراً تسمى مدونات صور.

٢-حسب الطريقة: يمكن معرفة نوع المدونات بواسطة الطريقة التي كتبت بها، فالمدونات التي تكتب عن طريق الموبايل تسمى moblog.

٣-حسب الموضوع الذي تغطيه المدونات[٢].

٤-مدونات اقتصادية وتجارية ولمنظمات وأحزاب سياسية.

وبعد التوسع الهائل وانتشار المدونات، تعددت الأغراض، وتوسعت السبل وازداد التنوع في هذهِ المدونات، نجد مدونات علمية وأُخر للأخبار، ومدونات للتكنولوجيا وعلم الحاسبة والانترنيت، وأخرى للقضاء أو الموسيقى أو الأفلام أو للأدب والفنون والصحافة والإعلام والفقه والتشريع والصيد، وحتى للخياطة ومن هنا سيجد المئات أو الآلاف من الموضوعات والاهتمامات ويجد المتصفح

---

(١) زكي حسين الوردي، صحافة المدونات الالكترونية على الانترنيت، بحث منشور في مجلة الباحث العلمي الصادرة عن كلية الإعلام/ جامعة بغداد، العدد٣،حزيران، ٢٠٠٧ ،ص١٢.

(٢) يمكن الاطلاع أكثر على موقع، شهادة طالب مدون من جامعة البحرين.

مهما تكن اهتماماته مدوناتٍ لها على الويب.

والمدونة الناجحة لابد أن تتوفر فيها الشروط الآتية[1]:

١-عدم الإسهاب في كتابة موضوعات طويلة أو مفصلة في كل تدوينة.

٢-بل يجب أن تكون بصورة موجزة أو مفصلة ومركزة على شكل فقرات قصيرة.

٣-ضرورة التحديث المستمر للمدة في اليوم أو الأسبوع أو الشهر كحد أقصى، وإضافة التدوينات الجديدة باستمرار[2].

٤-الإشارة بوضوح إلى العنوان الالكتروني للمدون في مدونته من أجل تلقي ردود الفعل عن كتابته[3].

٥-إمكانية الإشارة إلى الرابط لمجموعة من المواقع ذات الصلة بموضوع المدونة.

٦-إمكانية تصنيف التدوينات وفقاً لتقسيمات موضوعية تظهر على واجهة المدونة.

٧-تفعيل التعليقات خاصة على التدوينة وعدم غلقها أمام الزائرين.

وحدد جتاوب ميلسون وهو من أشهر الخبراء في مجال قابلية استخدام مواقع الانترنيت، ولديه عمود يكتبه كل أسبوعين في عدد من الصحف والمواقع الأمريكية، وفي مقالة له كتب عن أكبر عشرة أخطاء مواقع الانترنيت .

وفي مقالة كتب عن عدد من الأخطاء في فاعلية استخدام المدونات ويمكن

---

(١) محمد سعيد احجيوج، دفاتر تدوين، مصدر سابق، ص١٠.

(٢) موقع بوابة المغرب http://marocsite.com/ar/modules/news/article.php?storyid .

(٣) محمد سعيد احجيوج ، دفاتر تدوين، مصدر سابق، ص١٢،

إجمالها بما يأتي[1]:

١- إغفال السيرة الذاتية للكاتب تقلل من أهميته المدونة، وكذلك عدم وجود صورة الكاتب في المدونة، فالصورة لها فائدة من جانبين:

الأول: إن الصورة ستحوز على ثقة القارئ بالكاتب.

الثاني: في المجال الواقعي عند مشاركة الكاتب في المؤتمرات والحوارات كمؤتمرات أو أي تجمع مهني أو اجتماعي وحضور لقاءات أو حوارات عبر وسائل الأعلام المختلفة وغيرها فإن من السهولة التعرف عليه ومعرفته.

٢-أن تكون العناوين في المدونة مكتوبة بشكل جيد بحيث يستطيع أن تصف الموضوع وتعبر عن محتوى الموضوع بشكل جيد بعيداً عن الإطالة.

٣-وإن أحد الأخطاء الكبيرة في المدونة هو أن الكاتب يضع بعض الوصلات في المواضيع بحيث يجعل القارئ يخسر الكثير من الوقت لكي يصل إلى الوصلة ويكتشف ألا علاقة لها بالموضوع.

٤-إخفاء بعض المواضيع الناجحة، فعليه أن لا يدفن الموضوع الناجح مع بقية المواضيع الدورية الأُخرى في الأرشيف، ويجب أن يعمل على جعل هذا الموضوع خارج نطاق قرائِة الدائمين.

٥-التقويم هو الطريقة الوحيدة لتصفح المواضيع في المدونة، يتم تصفح المواضيع عن طريق التقويم أو العامل الزمني ولكن هذهِ ليست الطريقة الأفضل في عملية التصفح.

٦-معدل ثابت للنشر، من المهم أن يعرف الزوار متى تصدر المدونة، وكم من المواضيع التي تنشر فيها، وهل تصدر يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً؟ فإذا كتب الكاتب

---

(١) يمكن الاطلاع أكثر على موقع ،المدونون، -www.arwp.net/rules.php

يومياً عليه أن يلتزم بذلك، وإذا توقف لمدة شهر سيفقد الكثير من زواره المتابعين لمدونته.

٧-أن لا يخلط المواضيع، بل عليه إنشاء عدة مواضيع في مدونات مستقلة لكي لا تختلط المواضيع بعضها ببعض.

٨- أن يتذكر المدون أنه يكتب لشرائح مختلفة على ألنت وأن الآلاف سيتفاعلون معه.

٩-أن يكون اسم نطاق مدونته مملوكاً في خدمة المدونات والبحث عن المدونات فهناك دليل لناشري المدونات www.directory-google.com وفيه يمكن لخدمات استضافة المدونات، أما من حيث البحث الاستعانة بكشف المدونات www.blogex.net[1].

وعن طريق المتابعة المستمرة للمدونات العربية وجدنا المقالات في نشر صور المدونين والمدونات في عدد من المدونات سواء كان لديهم مناسبات اجتماعية أم موقف سياسي من قضية معينة، وخصوصاً في المدونات المصرية التي تعج بصور عديدة للمدونين وأصدقائهم وعوائلهم.

وفي البيئة الالكترونية العربية يوجد دليل المدونات هو www.mdwnat.net وآخر www.tacluen.com ولمتابعة الأخبار والمعلومات ذات الصلة بالمدونين العرب بصورة عامة يمكن زيارة موقع ملتقى المدونين العرب www.arabiskblog.com إن أهم آليات البحث عن المدونات هي Technorati- Feedster- Blogdigger [٢].

---

(١) محمد سالم غنيم، أدوات ضبط المدونات عبر الانترنيت، دراسة منشور على النت، للباحث المصري المتخصص بالمواقع الالكترونية.

(2) librariansinmenofia.blogspot.com/2008/02/blog-post_6272.html--

ومن البوابات والمواقع التي تستضيف المدونات المجانية:

١- http://blogs.albawaba.com/summary.php?language=ar

٢- مكتوب استضافة مجانية http://www.maktoobblogs.com

٣- صحفي استضافة مجانية http://www.sfhty.com

٤- بلوجر استضافة مجانية وله شهرة أكبر http://www.blogger.com

٥- الناشر الالكتروني استضافة مجانية http://www.enashir.com

٦- دون ربط المدونات بكلمات مفتاحية http://dwwen.com

نسخة تجريبية:

١- اكتب استضافة مجانية http://ektob.com/home.html

٢- كتاب نت استضافة http://www.kottab.net

٣- وهذا يميز أروع مايكروسوفت http://spaces.msn.com

المبحث الثالث

المدونات العربية والأجنبية على الانترنيت

المدونات الالكترونية وسرعة الانتشار:

يعكس التدوين قدراً من التنوع في مواضيع المدونات، وتحتوي المدونة أو (التدوينات، posts) على سجل من المعلومات متسلسلة زمنياً، تتمثل في النصوص والصور والبرامج الصوتية المتاحة لجمهور بعينه، وتزداد قوة المدونة وضعفها في الوقت نفسه،في عدم وجود رقابة عليها أو وجود وسيط بين المدونين والجمهور إضافة إلى عدم خضوع المدونات للتحكم، مما يجعل عليها تحفظات من عدد من الأنظمة السياسية حول مضمونها، وازاداد عدد المدونات الجديدة في العالم من ١٢ألف مدونة يومياً في تشرين الثاني عام ٢٠٠٤ إلى ١,٤مليون مدونة في نيسان٢٠٠٧، واحتلت اليابان الصدارة في عالم التدوين باستحواذها على ٩،٢٥مليون مدونة وبنسبة تصل إلى ٣٧٪ من مجموع المدونات العالمية، يلي ذلك المدونات التي تستخدم اللغة الانجليزية بنسبة بلغت ٣٦٪ فيما لم يوجد للغة العربية وجود في قائمة عشر لغات تدوينية في العالم، ولا تتجاوز لغاية تموز ٢٠٠٨ حدود٤٩٠ ألف مدونة الكترونية[١].

وهناك محاولات لحصر المدونات العربية منها ما قام بها المجمع المعروف باسم كوكب الأُردني "The Jordan plant aggregator والذي قدر عدد المدونات العربية في أواخر عام ٢٠٠٦م بحوالي ٧٠٠٠ وهناك محاولات شبيهة مثل تقدير المجمع الإقليمي للمدونات العربية في البحرين، العراق، الكويت، لبنان، السعودية[٢].

---

(١) المدونات المصرية فضاء اجتماعي ،تقارير معلوماتية،مركز دعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء المصري،ص٢،تموز٢٠٠٨،مصدر سابق.

(٢) للاستزادة أكثر يمكن الاطلاع على الموقع المتخصص بالبيانات على النت،وبشكل دوري، Internet World Stats.

وشهدت المدونات قفزات واسعة بعد عام ٢٠٠٦م فقد ذكرت شبكة CNN بالعربية على الانترنيت أن عدد المدونات الالكترونية في الصين بلغت ٣٤ مليون بزيادة أكثر من ٣٠ مرة مقارنة بأربع سنوات مضت بعد انتشار النت فيها.

وكان يعتبر ١٧,٥ مليون صيني أنفسهم من كتاب المدونات الالكترونية ويداوم ٥٥ مليون آخرين على قراءتها حسب التقرير الذي بثته وكالة أنباء الصين

(شيخوا) وصحف صينية أُخرى نقلاً عن مركز المعلومات الصيني لشبكة الانترنيت، بعد أن شاعت المدونات بشكل واسع في الصين، وتفرض الحكومة الصينية سيطرة على وسائل الإعلام كافة، ولا تبقي سوى الانترنيت التي تتيح كقنوات للتعبير عن الرأي حسب الآسيوي ثندربرس، وتتناول معظم المدونات الثقافة الشعبية وشؤون السفر والقضايا الأُسرية أكثر من ما تتعامل مع القضايا السياسية.

وإن العشرات من محرري المدونات اعتقلوا من قبل السلطات الصينية بعد بث تعليقات سياسية على الشبكة الالكترونية واعتبرتها السلطات تجاوزاً للمسموح به[١].

ويعتقد الكثير أن المدونات الالكترونية مازالت بشكل عام مجرد هوايات شخصية، بينما يعتبر الآخرون الصفحات الشخصية أو المدونات على الانترنيت صورة من صور الصحافة البديلة وأفاد تقرير في الولايات المتحدة الأمريكية أن أغلب الأمريكيين الذين لديهم مدونات يعتبرونها هواية وليست وسيلة لتحقيق هدف ما، وأكد التقرير الذي أجرته مؤسسة بيو انترنيت أمريكان لايف بروجكت[٢]، أن نحو ٧٧٪ من المدونين يقولون:إنهم يكتبون أو يدونون للتعبير

---

(١) يمكن الاطلاع على موقع، CNNArabic.com ٢٧/ ١٠/ ٢٠٠٦ مصدر سابق.

(٢) يمكن الاطلاع على،جريدة دار الحياة الالكترونية ٢٨/ ١٠/ ٢٠٠٦.

http://www.darallhayat.net

عن أنفسهم بصورة إبداعية دون سعي وراء كسب مادي أو شهرة، وأظهر التقرير نفسه أن ٣٧ في المئة من المدونين الذين شاركوا في الاستطلاع يرون أن الكتابة عن حياتهم الخاصة وميزاتهم تأتي في المقام الأول في مدوناتهم، بينما تأتي القضايا السياسية في المقام الثاني لدى ١١ في المئة منهم، وجاءت الموضوعات الترفيهية في المركز الثاني في قائمة أهم الموضوعات التي يعتبرها بعض المدونين السبب الأساسي لإنشاء مدوناتهم بنسبة ٧٪، تليها الرياضة بنسبة ٦٪ في المئة ثم الأخبار في المركز الخامس بنسبة ٥٪ في المئة، وكانت القضايا الدينية والموضوعات الروحية الهدف الأساسي أو الرئيسي الذي دفع ٢٪ في المئة من المدونين لإنشاء مدوناتهم، ويعتبر الكثير أن ظاهرة المدونات أصبحت لافتة للنظر، وقد حظيت باهتمام الأوساط السياسية والثقافية والإعلامية إلى حد أن البعض أصبح يتنبأ بأنها ستصبح في المستقبل القريب بمثابة إعلام بديل، وشكلت منافساً خطيراً لوسائل الإعلام التقليدية بسبب قدرتها على جذب الأنظار إليها بسرعة وذلك لسهولة الوصول إليها، والتفاعل من خلالها مع مختلف القضايا، ولا يتطلب ذلك رأس مال ضخم ولا إلى تصريح من السلطات، وهي عموماً لا تسعى إلى الربح.

يقول أحد أصحاب المدونات البلوغز blog: لا يمكن أن تحقق الربح الاقتصادي ولكن هناك من سيخسر بسببها إنه الإعلام التقليدي[١].

ويقول أحد المهتمين بظاهرة التدوين الألمان: لو أن كل مدونة من المدونات لـ٢٠٠ ألف الموجودة في ألمانيا اجتذبت فقط عشرة قراء لخسرت وسائل الإعلام التقليدية جزءاً كبيراً من جمهورها، وهذا ما دفع بعدد من دور النشر إلى اختيار أسلوب تحرير صحفي يقترب من أسلوب المدونات كثيراً[٢].

---

(١) منتديات اليسير للمكتبات وتقنية المعلومات http://www.alyaseer.net/vb/4991

(٢) يمكن متابعة أكثر على موقع المدونات الألمانية DW-World-dمصدر سابق.

إن لجوء الرئيس الإيراني محمود نجاد إلى إنشاء مدونة لمهاجمة أمريكا، وما قام بتدوينه المؤرخ بـ٨/ ٨/ ٢٠٠٦ يعد دليلاً على تأثير المدونات في المجال السياسي إضافة إلى وصفه البيئة التي نشأ فيها ووضع استطلاعاً يسأل فيه زوار المدونة إن كانوا يعتقدون أن الولايات المتحدة وإسرائيل تريدان حرباً عالمية جديدة، والتزم نجاد بتخصيص ١٥ دقيقة مرتين كل أسبوع للتواصل مع زوار مدونته، والمدونة تحمل اسمه www.ahmadinejad.ir ويقول المحلل الإيراني والخبير الاقتصادي سعيد لبلاز: إن مدونة نجاد متاحة باللغات الفارسية والعربية والإنكليزية والفرنسية، والهدف منها حشد التأييد من الخارج، وكان الحزب الجمهوري وحزب المحافظين خلال الانتخابات الأمريكية عام ٢٠٠٤م قد قام بنشر مواد صحفية في المدونات نظراً للدور الإعلامي الذي تقوم به المدونات[1]، وهذا الوضع دفع باراك أوباما مرشح الحزب الديمقراطي ومنافس بيل كلنتون في الحزب نفسه للانتخابات الأمريكية لإنشاء مدونة باللغة العبرية يخاطب بها اللوبي الصهيوني في أمريكا وإسرائيل لحشد التأييد له، مما جعله يكسب ثقة الحزب والفوز على منافسته هلاري كلنتون[2]، في اختيار الحزب الديمقراطي له كمرشح رئاسي للولايات المتحدة للعام المقبل ٢٠٠٩م، فالمدونات العربية على قلة عددها بالمقارنة مع المدونات الغربية إلا أنها كانت في أغلبيتها تنهج نهجاً سياسياً، وانتشرت انتشاراً ملحوظاً في المناطق التي تتقلص فيها مساحة حرية الإعلام والتعبير عن الرأي، وأخذت درجة عالية من الأهمية لكونها تشكل بديلاً لوسائل الإعلام الخاضع للرقابة، ومتنفساً لممارسة النقد أمام أولئك الذين يرغبون في التعبير عن مشاكلهم الشخصية ومشاعرهم المكبوتة، وأصبحت طريقة سهلة ومضمونة للتحايل على الرقيب سواء كان الرقيب سياسياً، أمنياً أم اجتماعاً. وإن انتشار المدونات في الدول

---

(١) /ibloggers.mobi/ar/node مدونة-محمود-أحمدي-نجاد- ٣٠ / ١١ / ٢٠٠٧.

(٢) عبد الله ولد خطري، دراسة في المدونات الغربية، مصدر سابق.

العربية التي لا تسمح بإنشاء صحف أو وسائل إعلام خاصة يمثل تحدِّياً للسلطات في هذهِ البلدان لصعوبة مراقبتها من الناحية العملية.

المدونات العربية وحرية التعبير:

استخدم الكثير من الكُتاب المدونات للتعبير عن آرائهم حول النظم السياسية أو حول الأحداث والقضايا المختلفة في الوطن العربي، أو عن معارضتهم لأوضاع مأساوية في الدول التي تغيب عنها الحرية الفكرية، وأدى ذلك إلى ملاحقة هؤلاء المدونين وتعرضهم إلى منظومات كثيرة من قبل الدول وأجهزتها الأمنية، وفرض العقوبات عليهم، مثل الحبس ومنع السفر والغرامة، ومحو المدونات أو إيقافها ومنعها من الظهور[1]، وظهرت مدونات بأسماء مستعارة ووهمية على الانترنيت مع إخفاء هوية الكاتب من أجل عدم التعرض إليه وحمايته، وشهد عام ٢٠٠٧ و٢٠٠٨م احتجاز وإغلاق مواقع وإيقاف مدونات لعدد كبير من مستخدمي الانترنيت في الوطن العربي بدأ من السعودية بإيقاف مدونة واعتقال كاتبها، وكذلك في البحرين والأردن، ونهاية المطاف اعتقال عدد كبير من المدونين إثر الحملة الكبيرة التي تبنوها في مصر على خلفية أزمة الخبز التي اجتاحت مصر بداية العام ٢٠٠٨م مما دعا المدونين عبر مدوناتهم وبوستراتهم ودعواتهم تحديد يوم ٦ نيسان للتظاهر ضد الحكومة والغلاء وأزمة الخبز، مما حدا بالسلطات المصرية الى اعتقال العديد من المدونين والمدونات وإحالتهم للمحاكم العسكرية باعتبارهم يحرضون ضد النظام والعصيان المدني.

---

(١) يمكن متابعة أكثر على موقع hffar.com/blogs.php?id=28cat

هوية المدونة العربية:

إن المدونات العربية لها هموم مشتركة مع سعة جغرافيتها، وهي التي تميزها وتمكنها من هوية ذاتية وبشكل مستقل عن وسائل الإعلام وعن كل ما تفرزه شبكة الانترنيت مع بعض الضبابية والتداخل التي تشهده هذهِ المدونات على مستوى الدوافع أو الأهداف، وهي إشكالية تعود إلى حداثة الظاهرة وغياب الاهتمام بها من جهة، والاستيعاب الصحيح لمميزات التدوين من جهة أُخرى[١]، ونشأت المدونات العربية وسط مخاض سياسي واجتماعي عسير ومتقلب، وتحمل علامات ظاهرة لازمة ثقافية وسياسية هزت الكيان العربي تعود على الأقل لخمس سنوات مضت، وخاصة بعد اندلاع الحرب على العراق سنة ٢٠٠٣م وقبلها أحداث ١١ سبتمبر، وأظهرت صورة جديدة ومتوحشة في أساليب عرض الهوية والثقافة العربية الإسلامية وإلصاقها بمقولة الإرهاب[٢]، أصبح العربي إرهابياً في وسائل الإعلام الغربية، وأصبحت الدول العربية عاجزة لا تقوى إلا على التبرير وتلميع صورة مواطنيها بأشكال فيها الكثير من التنازلات[٣].

إن لكل دولة عربية ظروفها الخاصة التي دفعت بجيل المدونين إلى خوض غمار هذهِ التجربة والتميز عن بقية ما يصاغ وينشر في مختلف الأقطار العربية[٤].

إن المقصود بهوية المدونات العربية هو البحث في حالات التقاطع بين أكثر من مدونة مع صعوبة الوقوف عند الخصائص غير المرئية لتلك المدونات، لكن مع ما للمدونات العربية من تجديد وحيوية تفاعلية فإنها تعاني خاصة من غياب

---

(١) المدونات الشخصية والنشر الالكتروني ،ميدل ايست اوللاين، middle East oline ٢٢/٦/٢٠٠٨

(٢) محمد الخضر بلوغرز، ظاهرة الكترونية مجهولة كلياً في سورية- دمشق، الحياة.

(٣) جمال الزرن، المدونات الالكترونية وسلعة التدوين ،جامعة منوية،مصدر سابق ،ص٩.

(٤) جمال الزرن، المصدر سابق ،ص١١.

التجديد الدوري، فأقصى أرشيف لا يتجاوز الثلاث سنوات، وهذا يعود لحداثة الظاهرة وغياب التفرغ لعملية التدوين، إضافة إلى موروث ثقافة النقد ونسبية الحريات، وتشوهات الواقع السياسي والثقافي للمجتمعات العربية، وفي الأصل لا تختلف خصائص المدونات العربية عن بعض خصائص المدونات على المستوى الدولي، لكنها وبحكم بعض الخصوصيات السياسية والثقافية فإنها تتميز بحضور الهموم القطرية، والرغبة في تحويل التدوين إلى مؤسسة، واعتبار التدوين محطة لممارسة الديمقراطية، وتأكيد ثقافة الحوار، وظهور إشكالية لغة الكتابة للمدونة[١].

إن انتشار ظاهرة المدونات في العالم العربي مرتبط بانتشار شبكة الانترنيت في مختلف الدول العربية، وبعد تطور وتوسع المدونات تم أول تنظيم عربي بانبثاق اتحاد المدونين العرب والذي يضم المدونين كافة في الوطن العربي، وانبثق عنه اتحاد المدونين المصريين، واتحاد المدونين في المغرب العربي، والقائمة تتسع يوماً بعد آخر في جميع الدول العربية، ووصل عدد المدونين في مصر ٢٩٦ ألف مدون و٣٠ ألفاً في المغرب العربي، والتوسع يتواصل في الدول العربية كافة، وعن طريق التصفح للمدونات العربية على الانترنيت يبرز موقع الكتروني هو جوردن بلاايينت www.jordanplanet.net وآخر للمصريين وللبحرينيين والتونسيين والمجتمع الرسمي للمدونين في السعودية[٢]، ومدونات العرب المغتربين في الدول الأوربية أو الأجانب المقيمين في دول عربية، وآخر بمنطقة المغرب العربي، كما أن هناك مدونة عربية تجمعهم هي أراب بلوغز في الأصل، تطورت فلسفة التدوين لتتحول إلى رد فعل واعٍ لإهمال وسائل الإعلام التقليدية لتفاصيل المشاكل اليومية للمواطن، وتركيزها المفرط على القضايا الدولية، أو خفايا النجوم وبرامج التلفزيون، فالواقع تسعى المدونات إذن إلى تمكين المواطن من المساهمة في الصالح

---

(١) جمال الزرن، مصدر نفسه،ص٥.

(٢) المجتمع الرسمي للمدونين السعوديين http://www.ocsab.com

العام بنفسه والمساهمة الذاتية في تفعيلها عبر دفع النخب السياسية والاقتصادية والصحفيين وأهل الإعلام إلى رد الاعتبار للمواطن، وهو ما نطلق عليه بقانون القرب، إن نجاح المدونة متوقف على مدى قربها من موضوعها وجمهورها[١].

وأصبحت المدونة وسيلة فعالة لملايين المتصفحين في العالم لأهميتها التي تزداد يوماً بعد يوم؛ لإسهاماتها في المجالات الأدبية والإبداعية، وفي مجال الصحافة بعد أن أخذت تنظم لها دور النشر والصحف عن طريق إصداراتها ونسخها الالكترونية المسابقات لاختيار أفضلها من حيث أُسلوب الكتابة والتصميم الجرافيك واختيار الموضوعات وتبويبها، ويمكن ذكر المسابقة التي نظمتها (صحيفة الجارديان) البريطانية إضافة إلى جائزة أفضل مدونة عالمية يعرف باسم Bobs award تمنح أفضل مدونة إذاعية وأفضل مدونة مشتركة وبعدها أفضل مدونة إنكليزية وفرنسية وإيرانية وصينية وقد فازت بجائزة أفضل مدونة عربية مدونة (جار القمر)[٢]، وكذلك اعتمدت الحكومة الألمانية جائزة عالمية لأفضل مدونة منذ عام ٢٠٠٦م ولأفضل مدونة من مدونات دول العالم حسب اللغات المستخدمة،إضافة إلى تنظيم سنوي لأفضل مدونة عربية، تعرف باسم مختصر هو (بابا) (BABA) كاختصار لجائزة أفضل (بلوغ) عربي Best Arab Blog Award أشرف عليها موقع أراب بلوغز، وضمنت المسابقة مشاركة واسعة لأصناف وأنواع عدة من المدونات، ومنها تلك التي تهتم بالحياة اليومية والمجتمعية من تكنولوجيا وموسيقى وكتابة المقال والفن والثقافة والإعلام والرياضة إضافة إلى تأسيس رابطة (مدونون بلا حدود) وبدعم من قناة الجزيرة الفضائية. ومن المعلوم أن الرابطة العربية للمدونين قد تحولت إلى الاتحاد العام للمدونين العرب،

---

(١) يمكن متابعة أكثر على موقعjee, anBlogs
blog-jeeran.com/acchive/2007/8/287051html

(٢) akati.jeeran.com/poetry

ويهتم الاتحاد بالتدوين عامة، والتدوين في الوطن العربي والجاليات العربية والناطقين بالعربية في أنحاء العالم كافة، ويهدف لرفع مستوى التدوين العربي على نحو أفضل بفعل دور المدونين، ويشجعهم على خوض هذهِ التجربة، وبلغ عدد المسجلين في الاتحاد لغاية حزيران ٢٠٠٨م ما يقرب من ٦٠ ألف مدون، والقائمة تتسع، ويسعى الاتحاد لتوثيق مواثيق عامة للأداء التدويني بحيث يصل المدون إلى عرض أقصى طاقاته وإبداعاته بالتخلص من القيود التي تحول دون وصول الرسالة، إضافة إلى خلق تفاعل بين العرب في المهجر عن طريق مدوناتهم وأبناء جلدتهم في عموم الوطن العربي، والتفاعل مع المجتمع الإسلامي عن طريق توثيق المدونات التي تصدر من الدول الإسلامية باللغة العربية، ومنها مدونة القرن الإفريقي التي تصدر باللغة العربية من جنوب إفريقيا [١] ومدونة أخرى من ماليزيا، وهذا التدوين يشكل ظاهرة كمنظمة أو مؤسسة لها أهداف وأبعاد وتفرعات في العالم أجمع وهي بداية لوحدة الصف العربي لمواجهة التطورات التقنية العالمية ومواكبتها والتفاعل معها، ومن الأمور التي عززت دور المدونين العرب هي مبادرة قناة الجزيرة الفضائية في توثيق دور المدونين كأول مؤسسة إعلامية عربية تسهم في دعمهم إعلامياً من خلال سلسلة من البرامج التي تستقطب أغلب المدونين العرب وبمشاركة ذوي الاختصاص من الكتاب العرب والأجانب[٢].

وشمل البرنامج الذي حظي باهتمام الرأي العام عدة محاور تضمنت المدونين شركاءَ في حركة الإصلاح في المجتمع العربي، والمدونين بين النقد والرصد وصناعة الحدث وكسر الحواجز، إضافة إلى محور المدونات كلام بين الرقابة والانتشار تم فيه الاستدلال على دور المدونات من خلال آراء المتخصصين والمدونين أنفسهم، ويقول في شهادة له على المدونات الكاتب والصحفي محمد حسنين هيكل: (إن

---

(١) يمكن متابعة أكثر على موقع، القرن الإفريقي /ar.wordpress.com/tag القرن الإفريقي

(٢) يمكن متابعة أكثر على موقع ، مدونة قيس ميزووري وهي باللغة العربية لمدون ماليزي

المدونات أتابعها ومنها مقالات بهية لأن كاتبها أجده يكتب باسم مستعار وهو يكتب أفضل من أي صحفي في أي جريدة[1]، إضافة إلى أن صحيفة الحياة اللندنية أحرزت سلسلة من المقالات بقلم جهاد الخازن عن البلوجرز العرب في ركن عيون وآذان إضافة إلى نشر صحيفة المصري اليوم القاهرية سلسلة من المقالات المصرية كتبتها صاحبة مدونة عنوانها (مصر مش كده)[2]، تنتقد فيها الصورة التي تقدمها وزارة السياحة المصرية عن مصر مثل تركيزها على أوبرا عايدة وإظهار الملابس الفاحشة على شواطئ البحر الأحمر، والسيدة التي تزيح الخمار عن وجهها بابتسامة كبيرة[3]، وقامت صحيفة الشرق الأوسط بنشر تقريرٍ عن المدونات في السعودية والكويت ومصر، ونظم المدونون المصريون أول حفل لهم في مقر نقابة الصحفيين المصريين تحت شعار (غني يا بهية) إنهم أصبحوا قوة إعلامية حقيقية منظمة بشكل يمكنها من منافسة الصحافة الرسمية المطبوعة وحتى المرئية. واتهم عدد من المدونين المصريين الصحف الرسمية والمستقلة بسرقة أعمالهم ونشرها على صفحات الجرائد بدون الإشارة إلى اسم صاحبها والاكتفاء بذكر أنها نقلت من مصدر الانترنيت.

يرى الدكتور صفوت العالم أُستاذ الإعلام بجامعة عين شمس أن المدونين حققوا انفراداً لأنهم لا يلتزمون بوقت، ومن ثم يسبقون الصحف والإذاعات، غير أنه لا يرى أن المدونات بإمكانها منافسة الصحف بشكل دائم، لأنها غير ملتزمة بقواعد تجمعها، أو بإصدار يومي يوجب على القُراء متابعتها[4]، ويقول إيثان

(١) بلغ زوار صفحة بهية نحو عشرة الآلاف شخص يومياً بعد حديث هيكل عنها http://baheyya.blogspot.com

(٢) مدونة مش كده مصر http://noteegypt.blogspot.com/2005/6/blog-post.html

(٣) روبرت ولتزينج، البلوجرز، تهديد للأنظمة العربية وإعلامها، تقرير إذاعة هولندا العالمية، ترجمة حسام عبد العزيز على موقع هولندا تتكلم عربي Aljisrnl،على ألنت .

(٤) حديث لقناة الجزيرة ضمن لقاءات مع مدونين وصحفيين وكُتاب عرب وأجانب وعلى موقع الجزيرة نت ٢٤/ ٦/ ٢٠٠٧.

نوكمان مؤسس جلوبال نويز[1]، أون لاين: "إن التدوين استقطب بعض الناس إلى الحياة السياسية، ربما لم يشاركوا سابقاً فيها من قبل المدونات، أجبرت وسائل الإعلام على أن تكون حذرة جداً فيما تغطيه"، وقال داين شيكتر مخرج ومدون خلال لقائه على قناة الجزيرة[2] أحاول كمدون أن أقدم رواية مواجهة لما هو سائد في الأخبار، فأنا أقدم تغطية للأخبار المهمة محاولاً تقديم مصادر تتعلق بتمكين الناس من الوصول للمعلومات أكثر"، وتقول أمنية خيري في لقاء الجزيرة: "مواقع المدونات المصرية تدل على أن الشباب والشابات عندهم وعي سياسي واجتماعي واقتصادي وميول وطنية قوية جداً، ومع أن أغلبهم لا يمت للعمل السياسي المباشر بصلة لكن أغلبهم كان فعلاً في الصميم[3].

وفي مصر كانت بداية الاهتمام بالتدوين عام ٢٠٠١م ثم اتسع انتشار المدونات سنة بعد أُخرى حتى أصبحت ملاذاً لكثير من الشباب ممن يريدون التعبير عن ذواتهم ومعتقداتهم بكل سهولة ودون قيود... ونظراً لفاعلية المدونات في التواصل الرقمي بين فئات كثيرة لم يسبق لهم التعارف خارج الانترنيت، فقد أغرى ذلك الجيل الجديد من السياسيين والأُدباء وذوي الميول الصحفية للمشاركة في التدوين سواء كقُراء أم مدونين، وبذلك أصبحت المدونات نافذة للتعبير عن الرأي والمواهب والاهتمامات والتنفيس عن المشاعر والرغبات والمشاركة في المعرفة. وتفاعلت حركة التدوين المصرية مع ما يجري في الشارع المصري والعربي من أحداث خصوصاً منذ عام ٢٠٠٥م وحتى الآن[4].

وارتبط عدد من شواهد الاجتماع السياسي والمظاهرات خلال الفترة من ٢٠٠٦

---

(١) المصدر السابق نفسه،على الجزيرة الفضائية ونشر على موقع الجزيرة نت.

(٢) المصدر السابق نفسه، على الجزيرة الفضائية ونشر على موقع الجزيرة نت.

(٣) حديث لقناة الجزيرة وعلى موقع الجزيرة نت، مصدر سابق.

(٤) المدونات المصرية فضاء اجتماعي جديد، مصدر سابق: ص٣.

إلى ٢٠٠٨م بصورة أو بأُخرى بما يجري من احتجاج رقمي على الانترنيت وبما تشهده المدونات السياسية من عمليات تعبئة مكثفة لجمهور كبير من الشباب وقد صاحب ذلك قدر من الخلط بين التدوين والشائعات سواء بالنسبة لبعض المدونين أم لكثير من قراء المدونات مما جعلها تنتشر في السنوات الأخيرة وبدأت تشكل مجتمعاً افتراضياً virtual جديداً يؤثر بقوة على المجتمع الفعلي.

وسبق المدونُ في مصر وسائلَ الإعلام التقليدية في التغطية التي أعقبت لجوء اللاجئين السودانيين في القاهرة إلى الاعتصام أمام مقر المفوضية العليا للاجئين، وأعمال العنف التي نجمت عن فقدان الكثير منهم لأزواجهم، وهذا مما لم يحظ بكثير من الاهتمام في أغلب وسائل الإعلام، لكن المدونين واكبوا تغطية هذا الحدث، ومنها ما قدمه المدون علاء في تقريره عن اللاجئين السودانيين واعتقال السلطات المصرية له بعد ذلك [١]، وبرز دور المدونين في دولة الكويت، وكان لهم دور في وصول الإصلاحيين إلى مقاعد البرلمان، وانتقلت حمى التدوين إلى السعودية، وتعرض عدد من المدونين للاعتقال، وعدد من المدونات للحجب من قبل السلطات السعودية، وفي ذلك يقول صاحب مدونة (ما شي صح): إنه تلزمه الضرورة أحياناً الخروج إلى البحرين من أجل تحديث مدونته، وبلغ عدد المدونات في موريتانيا لغاية نيسان ٢٠٠٨م سبع مئة مدونة حسب تقرير لموقع اتحاد المدونين العرب، ومع قلة عددها فإن شخصاً مجهولاً استطاع في مدونته أن يشكل صداً عدائياً للسلطات الموريتانية، وكشفت قناة الجزيرة في تقرير لها عن مدونته في برنامجها (كواليس) أن هذا الشخص ينشر مدونتين واحدة بالفرنسية وأُخرى باللغة العربية، الأولى تحت تسمية Xoudy[٢] والثانية تحت اسم (أسرار وفضائح) يهاجم فيها المسؤولين الحكوميين ويكشف ما يقومون به في الخفاء مما جعل

---

(١) ، يمكن متابعة أكثر على موقع موقع www.mediatic.blogspot.com

(٢) الجزيرة نت نقلاً عن برنامج كواليس.

جميع الشخصيات الحكومية وأقاربهم يحملون عليه إلى حد مطالبتهم بمقاضاته، ووصل الغضب بأحدهم أن أخرج مسدسه وأعلن أنه سيقتله لو تعرف عليه، وتعتبر تجربة العراق بالمدونات متأخرة نسبياً بالمقارنة مع التجارب الأُخرى من حيث عمرها الزمني، لكنها أكثر التجارب إثارة بحكم الضوء المسلط على الساحة العراقية ساحة الحرب[1]. وفي غمار الحرب ظهرت مدونات الكترونية كتبها عراقيون بعضهم يعيش في العراق، وآخر يكتب عن لسان العراقيين في الداخل لكنه خارج العراق، ومن أبرز المدونات التي دونت وضع العراق قبل الاجتياح الأمريكي للعراق وأثناءه وبعده (مدونة سلام باكس)، ويعتبر سلام باكس واحداً من أشهر المدونين العرب الذين يكتبون بالإنكليزية والذي كتب في مدونته التي تحمل الاسم نفسه عن رؤيته كمواطن عراقي لأحداث الحرب على العراق، وقد ذاع صيت مدونة (سلام باكس) حتى إنها صدرت مؤخراً في كتاب أصدرته صحيفة الجارديان بعنوان (سلام باكس) مدونة من العراق[2]، وإن بعض المدونات اكتسبت شهرة واسعة وعد قراؤها بالملايين، وطبعت إحدى هذه المدونات وهي: أين رائد؟ where is Read? المكتوبة غالبيتها العظمى بالإنكليزية في كتاب ورقي، وظهر بلوغز مدونات عديدة كتبها جنود أمريكان وغربيون في العراق مما شكل مفهوماً حديثاً وتحدياً لدور المراسل الحربي[3]، ومن المدونات العراقية التي تنافس مثيلاتها على مساحة الانترنيت في الوطن العربي يمكن إجمال عدد منها:

-مدونة إيهاب (أحلام الفتاة التائهة) موقع شخصي يحوي قصصاً من حياة امرأة عراقية تعيش في كندا[4].

---

(١) جريدة القبس ، الانترنيت في العراق قبل ٩ نيسان ٢٠٠٣م وبعده، مدون بغداد ، العدد ١٢١٨٠، ١٩/ ٤/ ٢٠٠٧.

(٢) جريدة الحياة، مدونة الالكترونية، ٣٠/ ٤/ ٢٠٠٧.

(٣) المدونات الالكترونية، المصدر السابق.

(٤) يمكن الاطلاع أكثر على ألنت،مدونة إيهاب، أحلام القتلة التائهة.

-الساخر العراقي: موقع عراقي ساخر جداً يحوي على مقالات ساخرة وكاريكاتير عراقي ساخر.

-المصلاوي موقع نغمات وصور موبايل وهي مدونة ترفيهية، وعنوان الموقع: http://azin amer-M.com.

-سعد البزاز موقع شخصي لكاتب عراقي يعيش في المنفى ويضم أبرز مقالاته وتحليلاته السياسية http://www.saadbazzoz.com.

-موقع الصحفي والكاتب السياسي مازن صاحب friends of http://maz2005democracy.net وهو موقع يضم مدونة شخصية ومقالات سياسية للكاتب وتضم المدونة شعار أصدقاء الديمقراطية(١).

-مدونة وجيه عباس: وتضم مقالات سياسية ساخرة والبعض منها نشر في بعض الصحف العراقية مع بعض المواضيع الأدبية(٢).

-مدونة الدكتور سهام الشجيري تضم هذهِ المدونة خواطر وعدداً من القصائد والدراسات الإعلامية والأكاديمية.

-مدونة الباحث حامد الحمداني وهي مدونة شخصية للباحث حامد الحمداني تضم بحوثاً ودراسات تاريخية وتربوية منها التاريخ الحديث من الاحتلال البريطاني عام ١٩٩٥م وحتى ما بعد حرب الخليج التالية(٣).

-مدونة الساهر: وهي موقع لمحبي الفنان كاظم الساهر وتتضمن موضوعات تخص نشاطاته(٤).

---

(١) يمكن الاطلاع أكثر على ألنت،موقع الصحفي والكاتب مازن عبد الصاحب على الانترنيت.

(٢) يمكن الاطلاع أكثر على ألنت،موقع مدونة وجيه عباس على الانترنيت.

(٣) يمكن الاطلاع أكثر على ألنت،موقع مدونة الباحث حامد الحمداني على الانترنيت.

(٤) يمكن الاطلاع أكثر على ألنت،مدونة الساهر على الانترنيت.

-أطياف عراقية مدونة شخصية للكاتب والشاعر الإعلامي العراقي إحسان العسكري تضم أدباً وصحافة ويمكن تصنيفه بأنه موقع عام[١].

ويمكن تصنيف مواضيع المدونات الشخصية العراقية إلى الأنواع[٢] الاتية:

النوع الأول: عامة وتجمع بين المقالات السياسية والأدبية والاجتماعية والعلمية.

النوع الثاني: سياسية وتضم الكتابات السياسية حصراً.

النوع الثالث: علمية وتقنية وتضم المواضيع ذات الطابع العلمي والتقني.

النوع الرابع: فنية وتضم أخبار الفنانين.

النوع الخامس: ترفيهية وتضم مواضيع ترفيهية كالنغمات وغيرها.

النوع السادس: أدبية وتضم نشر قصائد شعرية ومواضيع أدبية.

النوع السابع: تضم تصحيحات وعرض لخدمات تصميم المواقع على الانترنيت.

النوع الثامن: طبية وتضم مواضيع تختص بالطب والأدوية والأعشاب الطبية.

وهذهِ التشكيلة العراقية للمدونات تنطبق على أغلب المدونات العربية إضافة إلى مدونات للمؤسسات الحكومية الرسمية والمنظمات الشعبية الخاصة.

أدوات ضبط المدونات العربية على الانترنيت:

يزداد الاهتمام بالمدونات يوماً بعد يوم نظراً لتوسعها وانتشارها السريع، وقد اهتمت شركات الانترنيت الكبرى مثل Google وYahoo بالسيطرة والاستحواذ

---

(١) أطياف عراقية مدونة الكاتب والشاعر الإعلامي العراقي إحسان العسكري.

(٢) حدد موقعا جيران ومكتوب اللذان يستضيفان المدونات العربية عدد وصنف المدونات لكل دولة عربية.

على هذا الكم واستغلاله لصالحهم، ويمكن تقسيم صيغ البحث عن المدونات على الانترنيت إلى قسمين وهما:

أولاً: مدونة تعرف بالمدونات والتي يمكن أن يطلق عليها مدونة المدونات وهذا يشبه بيليوغرافية البيلوغرافيا أو دليل الأدلة[1].وتكون غالبا هي مدونة الموقع الذي يستوعب العديد من المدونات.

ثانياً: محرك بحث يبحث عن المدونات وفي المدونات نفسها، وهو يوفر آلية تبحث في عناوين المدونات أو في النصوص الكاملة لتلك المدونات والمتمثلة في التدوينات تدوينة بتدوينه، ولعل الباحث يمكن أن يصل إليها بعدة طرق ويمكن إجمالها كما يأتي:

الشامل في مدونات اللغة العربية:

هي مدونة على كوكل Google ترصد المدونات العربية التي توفرها شركة كوكل على خدمة التدوين الخاصة بها blogspotl.com وهي ترصد في قائمتها الأولية حوالي ٢٨٧ مدونة مرئيةمرتبة ترتيباً هجائياً بحسب الهجائية الرومانية لـURL لتلك المدونات، ثم ما يلبث أن يستكمل ذلك الحصر في استدراكات تالية ليقدم بعض المدونات التي أغلبها في المصادر الأولى المشار إليها سابقاً[2].

موقع مدونات جيران:

بدأ موقع جيران باستضافة المدونات في تشرين الثاني عام ٢٠٠٥م واستمر في عملية التفاعل مع الجمهور حتى استطاع لغاية تموز ٢٠٠٨م من الوصول إلى ١٠٠ ألف مدون، والرقم بتصاعد من خلال الإقبال على مدونات blog.jeeran.com

---

(١) محمد سالم غنيم با حث في مجال المدونات على الانترنيت،مصدر سابق.

(٢) للاستزادة يمكن الاطلاع على،موقع الشامل للغة العربيةhttp://arabblogcount.blogspot.com

والذي استقطب العديد من الكتاب العرب، منهم الصحفي ،فهمي هويدي وآخرين في مدوناتهم.

مدونة موقع جيران:

وهي مدونة ترصد المدونات العربية التي تتوفر على خدمة جيران الخاصة بالتدوين[1]، وترصد المدونات المرئية في فئات موضوعية ومن أمثلة تلك الفئات: المدونات الشخصية، مدونات من مصر، ومدونات من لبنان، ومدونات من خارج الوطن العربي (في بلدان الاغتراب) وبجانب كل فئة يذكر عدد المدونات في تلك الفئة، ثم يقدم قائمة بتلك المدونات في كل فئة، وكذلك الحال مع مدونات موقع مكتوب.

دليل المدونات العربية:

وهو موقع يجمع المدونات العربية حسب الدول العربية ويعمل على تصنيف المدونات حسب المواضيع وحسب الدول[2].

أفضل مئة مدونة :

وهو موقع يقدم أفضل ١٠٠ مدونة عربية[3] وفقاً لمعايير تقييم معينة مبنية على إحصائية كما يبدو من الموقع، ويقدم عن كل مدونة وصفاً مختصراً وصورة لها إضافة إلى الرابط الخاص بها والذي يمكن من خلاله الوصول إلى المدونة نفسها.

---

(١) يمكن الاطلاع أكثر على ألنت،مدونة المدونات موقع جيران: /blog.jeeran.com/

(٢) يمكن الاطلاع أكثر على ألنت،دليل المدونات http://www.mdwnat.com

(٣) يمكن الاطلاع أكثر على ألنت،أفضل مئة مدونة http://www.top100arabic.com

دليل عيون للمدونات:

هو دليل انتقالي للمدونات العربية يقدم حوالي ٢٠٤ مدونات في تلك القائمة وفق أُسس يعتمدها القائم على محرك البحث ويكشف عدداً جيداً من المدونات ولا يذكر هذا الموقع سوى اسم المدونة وهو نفس الرابط إليها[1].

قائمة المدونات بدليل العرب الشامل:

وهو دليل انتقائي للمدونات العربية يقدم عدداً غير محدد من المدونات، يشبه دليل عيون السابق، ويشترك معه في ذكر اسم المدونة والرابط الخاص بها وجملة مختصرة عن كل مدونة[2].

دليل ٦×٦ لحصر المدونات:

هذا الموقع هو أداة للدخول السريع والمباشر على أفضل وأقوى المدونات الشخصية، كما يحبذ أن يطلق على نفسه في صدر الموقع ويقدم توزيعاً جغرافياً للمدونات على الدول العربية فيقدم قائمة بالمدونات[3] على النحو الآتي:

السعودية ٥٠ مدونة وكذلك الإمارات ١٠، الكويت ٢٠، قطر ١٥، البحرين ٢٠، مصر، ٧٠، العراق ١٠، سوريا ١٤، لبنان ٢ وهكذا.

ويعتمد هذا الموقع على المدونين أنفسهم لإضافة مدوناتهم إلى القائمة مما أدى إلى ضعف وهزال القائمة وعدم شمولها لكل المدونات.

---

(١) دليل عيون للمدونات http://eyoon.com/12/613

(٢) يمكن الاطلاع أكثر على ألنت، قائمة المدونات بدليل العرب الشامل

http://www.star28.comsite/cat=246.n6ml

(٣) دليل ٦×٦ لحصر المدونات http://www.x6x6.com/mdwant

محرك بحث Google للبحث عن المدونات:

وهو محرك بحث أطلقته شركة Google خاص بالمدونات Blog يسهل على الباحث حصر كلمات البحث في المدونات، ويسهل أيضاً انتشار ورواج المدونين على الشبكة[1].

محرك بحث Arab.com للبحث عن المدونات:

وهو محرك بحث متوفر عليه arabo.com ليقدم معلومات عن المدونات العربية ويمكن عن طريق البحث عن المدونات أو في المدونات إضافة إلى أن الخدمة التي يقدمها، فهو يقدم قائمة طويلة بالمدونات، ويذكر عن كل مدونة اسم المدونة ورابطها ونوعها (شخصية سياسية.. إلخ) وعبارة مختصرة للتعريف بالمدونة، وهي العبارة التي ينشئها المدون في مدونته ثم الرابط الخاص بالمدونة ومعلومة إضافية[2].

ويقول الدكتور نصر الدين العياض أُستاذ الإعلام والاتصال في معهد الإمارات الدبلوماسي: "إن المدونات الشخصية ليست ظاهرة جديدة ولدت بميلاد شبكة الانترنيت، بل كانت موجودة في الصحافة الورقية منذ عقود خلت، فالمجلات الفرنسية كانت تخصص للصحافيين والكتاب أعمدة لنشر مدوناتهم الشخصية بمناسبة سفرهم إلى دول أجنبية، أو قيامهم بالريبورتاجات حول المواضيع المختلفة، وكانت تتضمن بعض الانطباعات عن السفر أو المادة الصحفية التي تفيض عن الريبورتاج، وقد استخدمت الصحف الفرنسية الناطقة بالفرنسية هذا الأُسلوب[3]، ونقول: إن هذا لا يعني أن الفرنسيين سبقوا العالم في المدونات بل

---

(١) محرك بحث جوجل للبحث في المدونات http://blogsearch.goole.com

(٢) محرك بحث Arab.com للبحث عن المدونات

http://www.arabo.com/links/227,213.209.227,207,7.30

(٣) نصر الدين العياض، صحافة الانترنيت، بحث قدمه في مؤتمر لجامعة الشارقة/ كلية الاتصال، حول صحافة الانترنيت، ٢٢/ ت٢/ ٢٠٠٥.

تعد مبادرة فردية من صحف فرنسية لاستكشاف موهوبين عن تجاربهم الشخصية.

لقد تطورت المدونات الشخصية وتحولت في مواقعها الالكترونية إلى مواد متعددة تضم نصوصاً إبداعية ورؤية نقدية وفلسفية وقراءات ذاتية للأحداث وشهادات وتجارب فردية، وأحياناً تنظيمات سياسية عفوية ضد إجراء معين من السلطات كما هو حال أغلب المدونات المصرية.

ويعد تعدد مستخدمي الانترنيت وتوسعه في أي مكان نقطة انطلاق لتوسع المدونات، ومنها مصر التي حدد الرقم بدقة رسمياً بنحو خمسة ملايين مستخدم انترنيت، أي إن هناك خمسة ملايين شخص يملكون حساباً في استخدام خدمات الانترنيت، لكننا نرى الواقع العربي في تقاسم حساب الاتصال الواحد بين عدد من المستخدمين[1]، وهذا يعني أن العديد من الأشخاص في أُسرة واحدة يستخدمون الحساب نفسه، وهذا يعني أن ٢٥ مليون مصري على الأقل يستعملون الانترنيت، وهذا يعني توسع التعبير عن الرأي واتساع قاعدة المعارضة الحكومية، ويعتبر الكثير أن التعبير عن الرأي يعني البحث عن المتاعب، وأن توسع عدد مستخدمي ألنت يعني اتساع القاعد الشعبية في التفاعل مع العالم وأحداثه.

وتقول إسراء الشافعي صاحبة مدونة إسراء[2]: "إن الذي يجعل الانترنيت مشتملاً على هذا القدر الكبير من التهديد للحكومات العربية لأنه يمثل ثورة في وسائل الإعلام والاتصال ويستحيل في النهاية تليينه أو السيطرة عليه وعن طريقه يحدث المدونون لمدوناتهم التي غالباً ما تكون نقدية إزاء الحكومة".

---

(١) http://www.carnegieendowment.org/programs/arabic/publications/arb.

(٢) يمكن الاطلاع أكثر على ألنت ، مدونة،أسراء الشافعي من البحرين وأحد مؤسسي- http://www.mldeastyouth.com

وفي كتابه "إعادة النظر في غياب التنظيم": (حماية حق الكلام على الانترنيت في الولايات المتحدة وألمانيا واليابان)، يعبر جاي يونغ كيم من كوريا الجنوبية بقوة عما ينطبق على الوضع في المجتمعات العربية (الغاية من التعبير عن الرأي يدرك على أنه وسيلة لنقل التأثير الفكري الذي يمكن أن يمارسه المرء في محيطه ومساهمة في تشكيل الرأي العام: ولطالما كان بمقدور الأنظمة العربية أن تشكل الرأي العام بسهولة نظراً لسيطرتها المطلقة على القنوات الإعلامية. وبيّن كيم أن حرية التعبير يمكن أن تستخدم في تخطي ذلك وتجاوزه)[1]، فالتدوين يستوعب الجوانب النفسية للرأي العام عبر الخطاب العام والمنتديات المفتوحة التي يتيحها، وإن كثيراً من المواطنين قادرون الآن على انتقاد الحكومات علانية، وهو شيء لم يسبق أن وجد في العالم العربي دون عواقب وخيمة، وهذا لا يعني أن العواقب لم تعد موجودة في التدوين في الوطن العربي فهو يحمل مخاطر كبيرة يفهمها كثير من الأفراد الشباب ويتقبلونها[2].

ومن هنا تتمتع المدونات الشخصية بما فيها تلك التي تؤويها الصحف الالكترونية بهامش أكبر من الحرية والتلقائية سواء في الموضوع المختار، أم في حدة اللهجة المستخدمة، أم في شكل الصياغة، سرد أو وصف أو حوار أو تحليل وتأهيل أو كلها في الوقت ذاته. الفرق الوحيد بين أشكال الكتابة التي سادت في الصحافة الورقية والمدونات الشخصية أن الأولى كانت أكثر التزاماً ورسمية وتوحي أكثر بموضوعيتها، وفي غياب هذه الخصائص فإن البعض يعتقد أن المدونات هو النوع الصحفي الأكثر تقدماً في العمل الصحفي، وتستطيع أن تستوعب عناصر الافتتاحية والمقال والأخبار والتحقيقات والخدمات المختلفة، ولكن هناك خوفاً من المتابعين للمدونات الشخصية من سقوطها في قبضة السوق بعد أن تسرب

---

(١) شبكة المدونين في الشرق الأوسط، free kareem مصدر سابق.

(٢) يمكن الاطلاع على، http://www.tharwacommunity.typepad.com

الإعلان إليها، مما يكشف عن إمكانية تماثلها وامتثالها لسلطة المال بعد انفلاتها بهذا القدر أو ذاك من سلطة السياسة[1].

أصبح التدوين يمثل أزمة للنظم العربية المستبدة مما حدا بدول على حجب الدخول على موقع بلوجر، وكذلك حجب موقع ألفيس بوك، إضافة للتحرش الأمني بالمدونين والنشطاء على الانترنيت، ومنها سورية عندما أوقفت "ركانة حمور" وفي تونس أطلق المدونون التونسيون يوماً بعنوان "التدوينة البيضاء" احتجاجاً على سياسة حجب المدونات واعتقال عدد من المدونين وملاحقتهم، وفي أحد الدول العربية تم اعتقال "فؤاد أحمد الفرحان" والذي سانده المدون التونسي "سامي غريبة" إذ كتب محللاً اعتقال الفرحان بأنه رجل الأعمال الذي أنشأ مدونة قوامها الكلمة الجريئة والشريفة، ودشنها بنص من أجمل ما كتب، أعلن فيه رفضه بأن يكون "مواطناً صالحاً" صامتاً راضياً بمنزله الجميل وبسيارته الفارهة وبعائلته المستقرة وبأصدقائه في الترفيه وبحسابه البنكي الذي يقيه عواقب الدنيا..[2]، ومع ما تفرضه الحكومات على المحتوى الالكتروني لكن حقيقة الالتفاف على الرقابة في هذا المجال يبقى أمراً سهلاً، جعل من تلك الخطوات الرقابية خطوات عينية وبلا جدوى بعد أن اتسم النمو السريع في ظاهرة التدوين في الشرق الأوسط خلال السنوات الأخيرة الماضية، حيث يقدر عدد المدونات العربية بأربع مئة وستين ألف مدونة، واتسم بارتفاع أصوات جديدة نجحت في تكريس حضورها وتميزها في هذا العصر الذي يتسم بفرط معلوماته وزيادة حمولتها، أصحاب المدونات ليس دورهم إسماع صوتهم فحسب، بل أصبحوا يشكلون قوة فعالة في التعبير وفي تغيير الأوضاع القائمة في بلدانهم حتى إن بعضهم قام بذلك فعلياً كما حدث في مصر في تظاهرات أزمة الخبز في ٦/ ٤/ ٢٠٠٨

---

(١) د. نصر الدين لعياض، أستاذ الإعلام والاتصال في معهد الإمارات الدبلوماسي، مصدر سابق.

(٢) http://ana-ikhwan.blogspot.com/2007/12/blog-post-28htm

والكويت[1]، وهؤلاء الشباب والفتيات ممن يراقبون الإعلام عن كثب ويفضحون أكاذيبه وتفاهاته إضافة إلى تنظيم المظاهرات الداعية إلى الإصلاح والمناهضة للفساد.

ومع ازدياد عدد التدوينات عالمياً من ٤٠٠ ألف تدوينة يومياً في تشرين الأول عام ٢٠٠٤م إلى مليون و٤٠٠ ألف تدوينة في نيسان ٢٠٠٧م[2].

فإن نمو حركة التدوين العربية في السنوات الأخيرة كان مصاحباً لوجود مواقع المستودعات العربية للتدوين مثل مكتوب maktoob وجيران jeeran ساهمت في تزايد عدد المدونات العربية، وأتاحت فرصة التدوين المجاني في بعض المستودعات غير العربية مثل Blogsport وWardpress وBlogspirit وغيرها مما ساعد في تزايد الإقبال على التدوين، وعن طريق الويب تمَّ توفير أكثر من ٧٥ مستودعاً تضم مدونات عربية منها ١٩ مستودعاً تدوينياً Domains والباقي ٥٦ موقعاً websites تعمل كمستودعات للتدوين العربي، وهذا خلق حالة الفوضى في حركة التدوين العربية إذ لا توجد آلية فعالة في رصد وتنظيم وتفعيل هذهِ الحركة على غرار ما يتم في دول العالم المتقدم[3]

---

(١) أحمد العمران طالب جامعي وصاحب مدونة من العربية السعودية اسم مدونته "جينز" http://saudijeans.blogspot.com

(٢) وفقاً لبيانات Internet World Stats، مصدر سابق

(٣) وفقاً لبيانات scarce: http://www.technorati.com

جدول ملامح المدونات المصرية

ويشمل المدونات حسب المستودعات (المواقع) الرئيسة

المواقع (المستودع)	عدد المدونات	النسبة المئوية
Al-bawaba	١٣٧١	٨٦٪
Jeeran	١١٦١٩٢	٧٢،٥٢
Katib	٧٨	٠،٠٥
Maktoob	١٠٥٢٢	٦،٥٧
Blogspirit	٢١	٠،٠١
Blogspot	٢٦١٠٠	١٦،٢٩
Egrblogs	٦٦	٠،٠٤
Other	٥٨٤٨	٢،٦٥
المجموع	١٦٠٠٠٠	١٠٠

وهذا يعني أن عدد المدونات المصرية ١٦٠ ألف مدونة لغاية نيسان ٢٠٠٨م موزعة في ٧٥ موقعاً ،وتبلغ نسبة المدونات المصرية ٣٠,٧٪من مجموع المدونات العربية و٠,٢٪ من مجموع المدونات عالمياً[1].

(١) يمكن الاطلاع أكثر على، المنشورة في هذا الموقع والتي حصـرت المدونات المصـرية بشـكل تقريبـي.
http://www.sifry.com/stateoftheliveweb/

الفصل الرابع

الدعاية والاعلان في المدونات

وفيه ثلاثة مباحث:

المبحث الاول:العلاقات العامة و المدونات الالكترونية

المبحث الثاني: استخدام الدعاية في المدونات

المبحث الثالث:الاعلان في المدونات الالكترونية

المبحث الأول

العلاقات العامة والمدونات الالكترونية

إن العلاقات العامة تشير إلى تنظيم معين لتحقيق التفاهم الإنساني وبالتالي تقديم هذه الخدمة للجماهير المعنية بأفضل طريقة ممكنة. هنالك مفاهيم كثيرة تعطي العلاقات العامة مفهومها، فبعضهم يتصور أنها مرادفة لكلمة الإعلان أو الترويج أو الدعاية وبعضهم يلبسها ثوباً كأنها تشمل النشاط الإنساني برمته، ويمكن أن تعرف العلاقات العامة بأنها الفلسفة الإدارية التي تسير عليها منظمة ما[1] كما تشمل وظيفة الإدارة التي تقوم بتقييم اتجاهات الجمهور، وربط سياسة وأعمال الفرد للمنشأة بالصالح العام، وتنفذ برامجها لكسب تفاهم الجمهور، ومن ثم فالعلاقات العامة هي نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو حكومة أو منظمة أو مؤسسة حزبية أو جماهيرية تقوم ببناء وتدعيم علاقات سليمة منفتحة بينها وبين فئة الجمهور، كالوكلاء أو الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بصورة عامة لكي تحول سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذهِ العملية للمجتمع[2].

ومن هنا فالعلاقات العامة في المدونات تعمل على قبول فكرة قوة الرأي العام في التأثير على المنشآت والهيئات والمؤسسات والمنظمات ومثيلاتها، وتسعى العلاقات العامة لتحقيق أهدافها بالحصول على تأييد الجمهور وتعاونه وبما يخدم الجمهور، وإنشاء علاقات طيبة عن طريق وسائل الاتصال المتوفرة لديها ،ويقوم نشاط العلاقات العامة أساساً على احتياجات الجمهور نفسه، ودراسة آرائه، وتحسس مشكلاته، والتنبؤ العلمي باتجاهاته، ونقل نتيجة هذهِ الدراسة بصدق وأمانة إلى المستويات الإدارية العليا في المؤسسات والمنشآت والمنظمات التي تعمل بها لكي

---

(١) الياس سلوم، مصدر سابق،ص١٢

(٢) اليسون فيكر ،مصدر سابق،ص٤٠٣.

تأخذ هذهِ الدراسة في خطط وبرامج المنشآت والمنظمات[1].

ويقوم العاملون بالعلاقات العامة ضمن مهام لهمَ بالشرح والتفسير والإقناع وتوضيح السياسات التي انبثقت عن دراسة احتياجات الجمهور واتجاهاته وتفسيرها وتبسيطها وإقناع الجمهور بها لتقبلها والتعاون معها.

وفي هذا تختلف العلاقات العامة عن الإعلان أو الترويج أو الدعاية فالإعلان ADVERTISING عبارة عن نشر المعلومات والبيانات عن السلع أو الخدمات أو الأفكار أو المنشآت أو غيرها في وسائل النشر المختلفة من بيعها أو المساعدة في بيعها أو تقبلها نظير دفع مقابل، فالمعلن مادام يدفع مقابل النشر يترتب له بعض الحقوق.منها تحكمه في رسالته الإعلانية، وفي طريقة نشرها، والمكان الذي تشغله والوقت الذي تظهر فيه في وسائل الإعلان التقليدية، أما في الانترنيت فيكون حسب الزوار للموقع وحسب عدد النقر على الإعلان من قبل المتصفح[2]، أما الترويج PUBLICITY فهو نشر المعلومات بطرق مختلفة لجذب انتباه الجمهور أو المتابعة للانترنيت أو بأي وسيلة إعلامية، وقد تتعلق المعلومات بسلعة معينة أو مجموعة سلع أو شخص معين أو مكان معين أو منشأة معينة، فلابد من توافر المعلومات المراد نشرها بصيغة أخبار، وأن يهتم عدد كبير من الجمهور أو فئة معينة منه وأن يُراعى فيها الصدق والأمانة، وهذا ما يتم استخدامه اليوم في عدد من المدونات الشخصية عبر الانترنيت، وهذا الترويج يعرض على محرري الصحف ووسائل الإعلام والنشر الأُخرى لنشرها دون مقابل، لأنها أخبار تهم القراء[3]، وبما أن المروج لا يدفع مقابل النشر فإنه لا يتحكم في رسالته أو طريقة إخراجها

---

(١) حسن محمد خيري،أصول العلاقات العامة من الناحيتين النظرية والتطبيقية،القاهرة،مكتبة عين شمس،١٩٧٧،ص١٧.

(٢) صفوت محمد العالم، مصدر سابق،ص٢٨

(٣) صفوت محمد العالم، المصدر نفسه،ص٢٦،

أو مكان نشرها أو وقت نشرها أو المساحة التي سيشغلها بل يتوقف هذا على المحرر، ومن ذلك عندما تقرر إحدى الشركات التابعة لوزارة الصناعة والمعادن ومنها المنشأة العامة لصناعة الأسمنت تخفيض أسعار منتجاتها، فإن هذا الخبر يهم شريحة واسعة من المواطنين، وهنا يقوم رجل العلاقات العامة بإعطاء الخبر للترويج لمنشأته، وإن محرري الصحف يعتبرونه وسيلة للنشر الإعلامي.

أما الدعاية Propagandas فقد اكتسبت معنى عن طريق الاستعمال أبعد عن المعنى اللغوي للكلمة نفسها، فالكلمة تدل على النشر، والبعض يعتبرها مرادفة لكلمة إعلان أو لترويج، والبعض يطلقها على نشر الأخبار السياسية بقصد التأثير في الجمهور[1]، والحقيقة أن الدعاية بمعناها العام تطلق على الجهود التي تبذل لتغيير معتقدات الناس واتجاهاتهم وآرائهم والتي تسيطر فيها الداعية على وسائل النشر المختلفة، ويمكن للداعية أن ينشر ما يشاء دون تحري الدقة أو الصدق أو الأمانة، ويستخدم الدعاة أساليب لا تتفق مع الأخلاق أو ترويج الشائعات الفرضية للوصول إلى أهدافهم والتأثير في الجماهير بأخبار وآراء ومعتقدات معينة لتسلك سلوكاً معيناً.

وتقوم العلاقات العامة أساساً على نشاط ذي اتجاهين:

الأول من خلال الاستخدام الأمثل للشبكة الدولية الانترنيت بعد التوسع الهائل في نظام الويب WEB فظهور المدونات الشخصية وتشعب استخدامها للجمهور والمؤسسات.

والثاني من المؤسسات إلى الجمهور بهدف تحقيق التفاهم والتوافق والانسجام بينها، ويقوم الإعلان بتعريف الجمهور بالسلع والمستلزمات أو الأفكار واستعمال وسائل النشر المختلفة نظير دفع مقابل، في حين أن الترويج يقوم بالإخبار عن

---

(١) اليسون فيكر، مصدر سابق،ص٣٤٧.

السلع والمستلزمات والأفكار التي تهم الجمهور في وقت معين، ويصوغها صياغة معينة؛ لكي تجد طريقها إلى النشر في أعمدة الصحف أو صفحات الشبكة الدولية للانترنيت. ونجد المدونات الشخصية أو الرسائل الأُخرى غير الشبكة الدولية للمعلومات[1]، ومن هنا فإن العلاقات العامة تستعمل أنماطاً أو أنشطة اتصالية وتقوم فعلاً على الإعلان والترويج لتحقيق أهدافها، أي إن الإعلان والترويج وسيلتان من الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة لكي تصل إلى أغراضها، أما الدعاية في نشاط العلاقات العامةفإنها تسير وفق معايير ومبادئ وأُسس أخلاقية لكسب الجمهور لأهداف المنظمة أو الحكومة في سعيها لإشاعة نوع من السلوك الذي ترغب في تطبيقه في المجتمع، وكذلك الأحزاب والمنظمات التي لها مثل هذهِ الأهداف.

توظيف المدونات الالكترونية في العلاقات العامة:

وفرت الانترنيت فرصة عظيمة لتوظيف المهارات الإبداعية للعاملين في مجال العلاقات العامة، والتي يمكن تطبيقها لخدمة مثل هذهِ المهارات الإبداعية، وتوظيفها للمساعدة في ممارسة العلاقات العامة بشكل أفضل عبر الانترنيت، ويسعى القائمون على العلاقات العامة عن طريق إرسال إحدى الرسائل بالبريد الالكتروني فقط، أو إنشاء موقع لمدونة شخصية للشركة أو المؤسسة أو شخصية تعبر عن وجهة نظر المؤسسة أو المنشأة التي ينتمي إليها الموظف الذي يمارس العلاقات العامة في إحدى الأقاليم أو المدن مهنته على مستوى عالمي، حتى وإن كانت خبرته لا تتعدى بضعة أشهر، مع أن الكثيرين لم يدركوا حقيقة هذا الأمر لأننا نعيش في عالم أكثر انفتاحاً الآن يخدم أكثر العلاقات العامة ككل[2].

---

(١) فاربي، مصدر سابق،ص١٥٢.

(٢) فليح الزبيدي،مصدر سابق،ص٧٦.

إن للانترنيت قدرات مذهلة على إتاحة البيانات والمعلومات والمعرفة، وتتجاوز المعلومات المتاحة عن أصغر الشركات أو أكبر الإدارات الحكومية في حدود مواقع الويب الخاصة بها، وأنشأ مدونات شخصية أو عناوين البريد الالكتروني الخاصة بموظفيها، وأصبح اليوم لدى العديد من الوكالات الخاصة بالانترنيت والأشخاص ومصادر الأخبار كماً هائلاً من التفاصيل على الشبكة في الغالب دون علم المنظمات والمؤسسات التي تتناولها هذهِ الأخبار(١)، ويتميز جمهور الانترنيت الهائل العدد بالفضول والرغبة الكبيرة في المعرفة، كما أن تطبيقات الانترنيت سهلة الاستخدام وممتعة أيضاً، وهذا السبب في جاذبية الانترنيت للمؤسسات والشركات ووراء استخدام المدونات في العلاقات العامة لمستخدمي تكنولوجيا الانترنيت(٢).

إن الاهتمام العالمي والمحلي بالمؤسسات والشركات يوفر فرصاً اجتماعية وثقافية وتسويقية هائلة، كما أن سهولة الاتصال جعلت علاقات العمل أكثر فعالية وكفاءة من ذي قبل إضافة إلى أنها قللت التكلفة والوقت للمستهلك وزادت سرعة التجارة، وأصبح الانترنيت من الإمكانات الكبيرة التي يمكن من خلالها السيطرة القوية على العلاقات في كل شركة ومؤسسة والتحكم في سمعتها.

ويمكن تقسيم عملية الإدارة وتعزيز العلاقات العامة عبر الانترنيت إلى أربعة أجزاء، تشمل الرسالة أو المحتوى وقدرات الجمهور المستهدف على استيعاب المحتوى وغايته، وكذلك الوسيلة التي يمكن من خلالها الوصول إلى المعلومات وهي إمكانية الوصول إضافة إلى الأشخاص الذين يستخدمون الانترنيت وما يمثلونه من تجاوب مع الموقع، وهم المتأثرون إضافة إلى طبيعة العلاقة مع هؤلاء

---

(١) يمكن الاطلاع على مزيد من المعلومات على الموقع،

assalatoimadoaddine.maktooblloIg.com/?archive-2007-01-1-57k

(٢) يمكن الاطلاع على مزيد من المعلومات على الموقع، جوردان ويب ماستر

www.webmaster.com.jo/rs/component/-search/itemid,5/index,php?searchword=%cxy

المتأثرين، وهذهِ العلاقة هي التي تخلق التعاطف مع المنظمة ويمكن إجمالها كما يأتي:

أولاً: ثراء المحتوى:

إن جودة المعلومات المقدمة على شبكة الويب تأتي عن طريق الجهد المبذول من أجل التأكيد لزائري الموقع بأنه يمكن الوثوق بالمعلومات، وأن أغلب المنظمات ترغب في أن توفر كماً كبيراً من المعلومات سواء في الرسومات أم غرف الدردشة ومئات الروابط والاتصالات والنشاطات بالمدونة، إضافة إلى إمكانية الوصول إلى الموقع وتصفحه بمنتهى البساطة[1].

إن توفر المعلومات بكميات كبيرة على أحد مواقع الويب يشمل ملخصات وخلفيات عامة وتفسيرات ومعلومات حول المنتج أو الخدمة التي تقدمها الشركة جنباً إلى جنب مع الترفيه والمتعة، ويمكن أن يكون هذا الثراء في المعلومات دائماً أو مؤقتاً، أو يمكن أن يكون في شكل صفحته على الويب أو في البريد الالكتروني أو عن طريق إحدى مجموعات المنافسة، وقد تشتق من قاعدة البيانات الخاصة بالمنظمات على الشبكة أو خلال توفر إمكانية الوصول إلى المعلومات بطرق أُخرى[2].

وتكون المعلومات التي تنتجها المنظمة موجودة على الشبكة في صراع مع الوقت المتاح للمستخدمين على الشبكة والمواقع الأُخرى التي يرغبون زيارتها، إضافة إلى التعليق على المعلومات على الموقع الخاص بالشركة أو المنظمة، وقد ربط كل أو بعض الصفحات بالموقع الخاص بهم، أو بالبريد الالكتروني أو حتى

---

(١) ديفيد فيليبس، ،مصدر سابق ص١٢

(٢) ديفيد فيليبس، المصدر السابق،ص١٣ .

المناقشات التي تجري عبر غرف الدردشة في الكثير من الحالات التي قد لا تعرف بوجود مثل هذهِ المواقع، ويمكن أن توجد المعلومات المهمة الكثيرة من الأشخاص والمنظمات الأُخرى بالطريقة نفسها التي توجد بها المنظمة، مما يتاح لمسؤول العلاقات العامة معرفة من هم الأشخاص الذين يتواجدون في الموقع الموجود على الشبكة الذين يؤثرون على المستخدمين الذين تستخدمهم المنظمة، على الانترنيت بعض هذهِ المواقع والأشخاص سيقدمون المساعدة أو الدعم أو التقييم أو يمكن إدراجهم في الموقع الخاص بالمنظمة على الويب للمزيد من الثراء الذي توفره لزوار الموقع[1].

ثانياً: الوصول للموقع:

تشكل مئات الملايين من المواقع على شبكة الويب مليارات من الصفحات وتستخدم التكنولوجيا للوصول إلى مزيد من المعلومات التي يحتاجها المتصفحون للوصول إلى ما يحتاجونه، ومنه الترويج للاقتصاد الجديد عبر مستخدمي الانترنيت، ويعمل القائم على العلاقات العامة أن يساعد على عملية جذب متصفحي الشبكة، وتوفير بعض المميزات للمستخدم من خلال منافع متبادلة عبر الانترنيت لزيارة أحد المواقع على الشبكة، يتحول المستخدم إلى مواقع يعرفها جيداً وذلك باستخدام إحدى آليات البحث، إضافة إلى ذلك يقوم باستخدام المعلومات ووجهات النظر الخاصة بمستخدمي الانترنيت الآخرين، وهنا يسعى المدون إلى الاشتراك أو التعاون مع عدد كبير من المدونات في إضافة اسم مدون ضمن تلك المدونات من أجل جذب المتصفحين لموقعه[2].

---

(١) ديفيد فيلبس، المصدر نفسه، ص١١٠.

(٢) ديفيد فيلبس، ،المصدر السابق،ص٢٠.

ثالثاً: الجمهور :

أصبحت المعلومات توجه إلى مجموعة محددة من الأشخاص سواء إلى قطاعات السوق أم المستهلكين المهتمين أم غيرهم بعد أن أصبحت وسائل الإعلام توفر المزيد من المعلومات ومنها الانترنيت الذي أتاح للجميع أن يشاهدوا كل الأشياء التي يهتمون بها عند البحث عن المعلومات، وقد تكون موجهة إلى منظمة أو مجموعة مختلفة من الأشخاص، أو حتى إلى شخص آخر، فيزيد الاهتمام ويتاح المجال لمزيد الفهم لهذا الموضوع، وإن جمهور الانترنيت يحدد على الفور المشكلة التي تعاني منها إحدى المنظمات، وقد تكون هذهِ المشكلة على موقع web الخاص بها أو في صفحاتها أو في الخدمة أو المنتجات بنشاط البحث عن المعلومات التي تتعلق بالموضوع مثار الاهتمام[1]، أو الاهتمام أو عند تصفح الانترنيت بالمستخدم وبذلك يكون متصلاً بأكبر مكتبة بالنسبة للمحتوى، والجمهور المتصل بهذا المحتوى والعلاقة الوثيقة للثقافة عبر الشبكة أو خارجها، وهي تخلق التعاطف لتلبية احتياجات الجمهور والمنظمات، في المقابل سيؤثر هذا الفهم على المحتوى وعلى إثراء المحتوى الذي توفره المنظمة، وهذهِ الأشكال تعد تفاعلاً بالإثراء وإمكانية الوصول للجمهور المتعاطف، وهذا أصدق معاني التعبير عن العلاقات العامة بتأثير المواقع على الزائرين، أو على المنظمة أو على التواجد على الشبكة وهو مهم جداً للمنظمة، وتسعى جهات للتنافس على الويب من منظمات وشركات وأصحاب المدونات، مما حفز أصحاب الشركات والمنظمات لأن يكون لهم مواقع مشتركة وهذهِ المواقع قد تكون شاملة للغاية، وتوفر قدراً أكبر من المعلومات لقطاع عريض من الجمهور، وكذلك لمجموعة أشخاص تعينهم لإنشاء مواقع على الـweb في أن تكون قادرة على التمييز بين العناصر التي تحمل علامة الشركة أو

---

(١) أليسون فيكر، مصدر سابق.ص٣٤٥.

التفرقة بين أُصول الشركة، ومنها مثلاً أن الشركة التي تنتج الكثير من المنتوجات كالسيارات والمشروبات، وهناك بعض المنظمات لديها منتج أو إجراء يستخدم لكنه من التطبيقات أو من قبل عملاء مختلفين مما يجعل الويب كموقع يلبي احتياجات العملاء المختلفة بدلاً من تصميم موقع عام يخاطب أو يلبي جميع الاحتياجات[1].

ويقوم بعض المستخدمين للانترنيت بتصنيف المعلومات التي يحصلون عليها دون بحث، وقد زادت سرعة وسهولة البحث بسبب الآلية التي يعمل بها الانترنيت وبمستوى الارتباط أو الانخراط بالموقع الخاص بالمنظومة على الـweb ومناقشة المعلومات والرسوم المتحركة والألعاب على الشبكة، مما يصنع جدوى يشعر بها الفرد عن طريق الارتباط بالانترنيت، ويمكن تصنيف الجمهور حسب تعريف J E Grunig الذي قدم في بحثه تعريفاً للجماهير في ورقة العمل إلى جمعية العلاقات العامة الأمريكية في مؤتمرها العام في عام ١٩٨٢ بحثاً عن الاتصال وصنَّف الجمهور إلى أربعة[2] أنواع:

١-الجماهير الخاملة: ووصفهم بأنهم لا يدركون المشكلة بشكل جيد، وأن مشاركتهم ضعيفة، وأنهم لا يشتركون بأي نشاط يتعلق بالموضوع.

٢-الجماهير الواعية: وهم الذين لديهم إدراك كبير لماهية المشكلة، وأنهم محددون في تصرفاتهم ومشاركتهم في اتخاذ أي رد فعل.

٣-الجماهير النشطة: وهم ممن لديهم إدراك كبير لماهية المشكلة وينخرطون في القيام برد الفعل المناسب، ولديهم القليل من القيود التي تمنعهم من الإتيان برد الفعل المناسب.

---

(١) مجلة مدارات الالكترونية،ص٢٠ madarat.info/archives/97- (Archivedu Blog)

(٢) ديفيد فيلبس، ،المصدر السابق،ص١٥

الجماهير التي لم يتوفر لديها إمكانية الاتصال عبر الانترنيت، وهم الذين عبر عنهم كل من J E Gruniو Hunt في بحثهما المشترك في المؤتمر نفسه عام ١٩٨٤بالجماهير التي لا تنتمي للجمهور بالأساس، وهذا النوع ليس لديه أي اهتمام بالموضوع، ومع مرور أكثر من عقدين من الزمن مازالت هذه التعريفات للجمهور أو الرأي العام وما يواجههم كما هي .

ويقوم رجل العلاقات العامة بإعداد موقع الويب لتحفيز الجمهور لجذبه إلى الموقع الخاص بالمنظمة التي يرغب فيها ، إذا كان المتصفح يبحث عن بعض المعلومات فإن المعلومات قد توجد في موقع المنظمة، وتعلق هذا الشخص يعتمد على الشبكة والمعلومات الموجودة في هذهِ الشبكة كما هو الحال اليوم في المدونات الشخصية التي انتشرت سريعاً عبر الشبكة الدولية للمعلومات.

رابعاً: التعاطف:

هناك حاجة لتفاهم وجهات نظر في العلاقات العامة، واهتمامات جمهور الانترنيت والتعاطف معها خلال عملية بناء علاقة عبر الشبكة، وهذا يقود لعلاقات الثقة والانفتاح والتجارة إضافة إلى العلاقات التفاعلية بين المنظمة والجمهور، ويمكن لهذهِ العلاقات أن تعزز المصالح لكل من المنظمة والانترنيت[1].

استخدام البريد الالكتروني في العلاقات العامة:

أصبح استخدام البريد الالكتروني اليوم من أهم مميزات العصر في تبادل المعلومات الشخصية والتجارية والإعلان والدعاية وعمليات البيع الكاملة في استخدامه في رجع الصدى للمدونات الشخصية، إضافة إلى توفير خدمة ودعم علاقاتها وسمعتها، أو أن البريد الالكتروني وسيلة قوية للغاية للمحافظة على اسم

---

(١) ديفيد فيلبس، مصدر سابق، ص١٥٥.

المنتج والمنظمة وكل رسالة بريد الكترونية لها تأثيرها على اسم المنظمة[1].

وأصبح إنشاء موقع على الويب دعوة مفتوحة للجميع لتدوين ملاحظاتهم وآرائهم والدعاية لمنتجاتهم وأفكارهم ولإرسال بريد الكتروني للآخرين بسرعة، مما يترك انطباعاً هائلاً في سرعة الاستجابة وتعتبر من الأشياء المؤثرة جداً.

إن نمو تكنولوجيا المعلومات زاد من أهمية نمو الاقتصاد العالمي الجديد، وستغدو قريباً محركاً حيوياً للنمو في الاقتصاد العالمي، وهي تؤهل كثيراً من الأفراد والجماعات أو الشركات والمؤسسات لمواجهة التحديات الاقتصادية والاجتماعية بفاعلية أكبر، وبقدرة وإبداع أعظم، وتستنهض المنافسة لتطوير ورفع مستوى الإنتاج، والمبادلة السريعة بين الأطراف المتشاركة، ولخلق النمو الاقتصادي المرتفع، واكتشاف مهن جديدة[2]،ومع أن الوقت الحاضر اتسم بعملية البيع والشراء عبر شبكة الانترنيت تركز على تلبية حاجات الزبائن المختلفة مع سهولة تامة في طرق الدفع عبر الشبكة، وضمان تام لوصول الأموال عبر البنوك والمصارف العالمية المتطورة، والتي باتت تعتمد بشكل تام على تكنولوجيا الدفع الالكتروني عبر الشبكة الواسعة، وسيشهد القريب العاجل أن كل شخص أو مؤسسة أو شركة بحاجة للتعامل والتفاعل مع شبكة المعلومات الاقتصادية Economy Nez أو سيجد نفسه مضطراً للتعامل أو التفاعل معها بشكل أو بآخر عن طريق البنوك أو حجز تذاكر الطيران أو القطار السريع أو الدفع الالكتروني عند سحب رصيد أموال أو تحويلها أو بأي شكل آخر[3].

وأدت العلاقات العامة دوراً في تطوير مواقع التجارة الالكترونية على شبكة

---

(١) ديفيد فيلبس، المصدر نفسه، ص٩٦.

(٢) اليسون فيكر،دليل العلاقات العامة،مصدر سابق،ص٣٤٩.

(٣) موضوع منشور على موقع جريدة الوطن الكويتية الالكترونية:
www.alwatan.com/20080302/innercontent.asp

الويب بشكل هائل وكبير وسريع عن طريق توفير معلومات عامة وتعريفية وإعلامية وإعلانية ودعائية، وتتضمن مداخل لأنشطة التسويق والخدمات على خط online ويتم تبادل المعلومات وخدمة الدفع الالكتروني وعمليات البيع والشراء وإتمام الصفقات التجارية الضخمة بين كبرى الشركات والمؤسسات عبر العالم بأسره، وكذلك يتضمن عرض السلع والمنتجات وإقامة معارض افتراضية لملايين الزوار والمستهلكين عبر العالم ومن كل الدول، ولا يكاد يخلو موقع انترنيت من نشاط استثماري أو مالي أو تجاري بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق استخدام المواقع كافة ومنها المدونات في بعض هذهِ العمليات

العلاقات العامة والترويج في المواقع:

وتسهم العلاقات العامة في المواقع المختلفة ومنها المدونات في الترويج للمؤسسات والمنظمات كما يأتي:

١- استخدام الانترنيت بكل مزاياه لخدمة المنظمة، وتوظيف العلاقات العامة لمزايا الانتشار السريع عبر العالم.

٢- يقوم القائم على العلاقات العامة بوضع معلومات مهمة ودقيقة وصادقة عن المنظمة أو المؤسسة سواء المنتج أو المحل أو العرض أو غيرها.

٣- إيجاد وسائل توافق عصر المعلومات فائق السرعة، وإحداث تطوير شامل في طريقة أداء الخدمة وعرض المنتج وبيعه[١].

٤- الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائدات وأرباح أعلى من الأسواق المحلية، حيث يتم إلغاء الحدود السياسية والإدارية بين الدول والقيود

---

(١) أياد حسن الرمضاني وآخرون،المدخل إلى الشبكة التبادلية والبريد الالكتروني، دار النشر والتوزيع جامعة الوصل،٢٠٠٢،ص٣٨.

الجمركية أمام دخول الأسواق التجارية العالمية، وبفضل التجارة الالكترونية تحول العالم إلى سوق منفتحة أمام مئات الملايين من المستهلكين في كل أنحاء العالم.

٥- يسعى القائمون على العلاقات العامة الى تلبية خيارات المستهلك أو العميل بيسر وسهولة، فالمستهلك عبر الانترنيت ينتقل بين المواقع ويختار الموقع الذي يرغب فيه من كل صنف، والمفاضلة بينها، وتقييم المنتج دون ضغوط أو إكراه أو إجبار أو غبن[١].

٦- يقوم القائم على العلاقات العامة بتطوير الأداء التجاري والخدمي وتطوير أداء المؤسسة أو الشركة في مختلف ميادين الحياة من خلال التفاعل مع الجمهور عبر مختلف وسائل الاتصال والتفاعلية عبر الانترانت.

ولغرض الاستفادة من خدمات الانترانت داخل المؤسسات جرى توظيفها عن طريق عدة مجالات[٢] منها في مواقع المؤسسات.

وتجد ذلك النشاط في أقسام العلاقات العامة التي هي مسؤولة عن جميع أوجه الاتصالات داخل المؤسسة، وأيضاً العلاقات بين الجمهور الداخلي والخارجي، والإدارات العليا في المؤسسات[٣]، ويعتمد موقع المؤسسة أو المنظمة عند إنشائه على ما تملكه العلاقات العامة من معلومات حول الجمهور الداخلي والخارجي، ومنها الجمهور المستهدف من نشاط المؤسسة، وهنا تكون المؤسسة أو المنظمة لها شبكة خاصة داخلها تسمى بشبكة الانترنيت، وهذهِ الشبكة تستعمل قواعد الانترنيت

---

(١) يمكن الاستزادة بمشاهدة، موقع جيران2008/5/18 blog.jeeran.com/categories/-vak

(٢) ديفيد فيليبس ، مصدر سابق ، ص٧١.

(٣) http://www.islamonline.net/Arabic/art/2009/08

نفسها، وتمكن الأفراد والشركات والعاملين في هذهِ المؤسسات من الاتصال بعضهم بالبعض الآخر، والوصول إلى المعلومات المتوفرة على شبكة الانترانت بطريقة أسرع وأفضل وأكثر كفاءة وأقل كلفة، وتطبق تكنولوجيا الانترانت ضمن المؤسسة بدل الاتصال الخارجي، ويستخدم هذا النظام في الشركات ذات السمعة العالية، ويستفيد منها ذوو الخدمة والعملاء الحاصلون على كلمة السر التي تؤمن لهم الحماية من الدخول للمعلومات التي تخصهم وتستخدم الانترانت في هذهِ المؤسسة للفوائد العديدة ومنها[1]:

فوائد الانترنيت في المؤسسات:

١- اقتصار الأعمال على الكتابة الورقية .

٢- الإسهام في خفض التكاليف.

٣- العمل على زيادة الإنتاج.

٤- التقليل من الزمن المستخدم في الوظائف الروتينية.

٥- تقليل الجهد المبذول من قبل الموظفين.

٦- نشر المعلومات وتوزيعها بشكل فعال وسهل.

٧- تطبيق قوانين وأنظمة الشركة أو المؤسسة.

ويكون الانترانت في الداخل نسخة مصغرة من الانترنيت في الخارج، ويعمل على الاتصال بالانترنيت في الخارج دون التأثر بالمشاكل التي يسببها المستخدمون في الخارج، وكذلك الانترانت يعد (انترنيت داخلياً) غير متصل بالعالم الخارجي إلا في نطاق محدد والانترانت يتصل بالانترنيت وليس العكس[2].

---

(١) نسرين رياض عبد الله، العلاقات العامة من منظور مثالي، دراسة على مواقع الانترنيت، تشرين الثاني ٢٠٠٢م.www.ngoce.org

(٢) طلال عبود، التسويق عبر الانترنيت ، دار الرضا للنشر، سوريا، ٢٠٠٠، ص٧٨.

وتختلف المواقع الالكترونية من الناحية الخدمية التي تقدمها لزوارها، تلك الخدمات هي التي تحدد نوع الموقع، ويستفيد القائمون على العلاقات العامة من هذهِ الخدمات، ويسهم في تزويد المواقع بالمعلومات عن المؤسسة عدد من المؤسسات على استضافة المدونات على مواقعها أو إنشاء مدونات للتعريف بمنتوجاتها وسبل الحصول عليها.

وإضافة إلى استخدام المدونات تركز المنظمة أو المؤسسة على المواقع التفاعلية والتي تسهم في التفاعل مع الزوار عن طريق[1]:

١- غرف الدردشة

٢- المنتديات وساحات الحوار المكتوبة وقد تتضمن مدونات أيضاً .

٣- الحوارات الصوتية التفاعلية.

٤- المجموعات البريدية.

ولا تعتمد هذهِ المواقع على هياكل إدارية كبيرة بل تقتصر في الغالب على عمليات المتابعة والمراقبة للنشر في المواقع المذكورة أعلاه، ولا تشترط هذهِ المواقع كفاءة أو خبرة فنية أو إعلامية أو صحفية للمشاركين فيها أو المشرفين عليها.

وتستخدم المنظمات والمؤسسات فيما بينها نظام الاكسترانت، والاكسترانت هي شبكة مكونة من مجموعة شبكات انترانت ترتبط مع بعضها عن طريق الانترنيت، وتقوم بربط شبكات الانترانت الخاصة بالشركات والعملاء ومراكز الأبحاث مع الذين تجمعهم أعمال مشتركة، وهي تؤمن تبادل المعلومات لهم والمشاركة فيها مع الحفاظ على خصوصية الانترانت المحلية لكل شركة، وتستخدم هذهِ الشبكة في البنوك والمصارف والجامعات والمواصلات ومراكز التدريب الأكاديمية، وتستخدم الاكسترانت تكنولوجيا الويب العالمية .www لتسهيل

---

(١) أنيس حلبي، أساسيات تصميم مواقع الانترنيت، بيروت دار الراتب الجامعية، ٢٠٠٠، ص٢٩.

الاتصال مع موردي الشركة وعملائها وتتيح لهم دخولاً محدداً إلى انترانت الشركة[1].

جمهور الانترنيت:

تشكل التفاعلية للانترنيت جانباً مهماً جعلت كل فرد من الجمهور مشاركاً في العملية الاتصالية وليس مشاهداً أو مستمعاً فقط، إضافة إلى تمتع الجمهور بسيطرة على المادة المقدمة أو الانتقائية في الانتقال بين المواد المقدمة مما يعطي لمستخدمي الانترنيت مجالاً أوسع للاختيار مما هو متوفر لمستخدمي الراديو والتلفزيون، وإن كانت القنوات الفضائية قد أتاحت للمشاهدين هذهِ الحرية، إلا أن مستخدم الانترنيت يستطيع أن يستعرض الشبكة الدولية للمعلومات، ويختار منها مئات المصادر، وإن معظم وسائل الإعلام التقليدية والفضائيات أصبح لها مواقع الكترونية[2]، وتمتلك شعبية كبيرة إضافة إلى المنتوجات والمواقع التي تضم المدونات والتي تسهم في العديد من المواضيع الاجتماعية والسياسية والدينية والثقافية وغيرها.

ويعتبر الانترنيت بفعالياته المختلفة إضافة جديدة لوسائل الإعلام، وخلق حالة التفاعلية بين المرسل والمتلقي، مما حفز الشرائح كافة التي تسعى إلى كسب الجمهور لاستخدام شبكة الانترنيت كوسيلة لبث برامجها وأفلامها ونتاجاتها، وأصبح من المهم معرفة جمهور الانترنيت، والسمات العامة لهذا الجمهور، وإمكانية عودتهم مرة أُخرى لذات المحتوى، ونوع الجمهور إن كان مشاركاً أم يسعى للمعرفة فقط أم جمهوراً خاملاً[3].

---

(١) زين العابدين، خصخصة الانترنيت، مجلة انترنيت العالم العربي ،الإمارات المتحدة، العدد ٥، ١٩٩٩، ص١٨.

(٢) ديفيد فيلبس، مصدر سابق، ص١٥٦.

(٣) ديفيد فيلبس، المصدر نفسه، ص١٥.

العلاقات العامة داخل المؤسسات:

وتسعى العلاقات العامة داخل المؤسسات إلى كسب الجمهور سواء الداخلي أم الخارجي، وهذا يعد هدفاً رئيسيًا لاستخدامات الانترنيت في مجال العلاقات العامة مما يدفع إلى وضع خطة عمل لجهاز العلاقات العامة في المؤسسة لتحديد السبل الكفيلة للوصول إلى الجماهير، وتجاوب الجماهير مع موقع أو مواقع المؤسسة، ورد فعله تجاهها وتجاه برامجها وإنتاجها وسياساتها التي تثير اهتماماته عن طريق تميز عملية الاتصال بالجمهور، لمؤسسة ذات نشاط محدد بعدد من المزايا وهي:

تشمل تحديد القضية أو الموضوع الوثيق الصلة بين المؤسسة والجمهور، وتحديد الجماهير النشيطة والواعية والكامنة، والجماهير غير المهتمة (داخل الانترنيت)، ومعرفة عدد الزوار، كما يمكن وضع استفتاء للموقع، وعلى أن يتم تجديد الشكل المناسب لطرح قضية معينة مهمة على الانترنيت، وإن كان الأفضل تناولها على موقع المؤسسة أو موقع الاكسترانت، وحجم الجمهور المشارك في كلتا الحالتين أو طرح الموضوع ضمن الموقعين، وكلتا الحالتين ستوفر معلومات كثيرة يمكن تحليلها والوصول إلى نتائج متعددة وجيدة[1].

ويفرض نشاط المؤسسة نفسه أحياناً على الجمهور، لأن المؤسسة تقدم خدماتها للكثير من الجمهور، وتمس مصالحهم، ويكون لها الكثير من المؤيدين أو الناقدين أو الراغبين في طرح الأفكار والآراء والاستفسارات، ولذلك يترك مساحات تخصص لرأي ناقد على موقع المؤسسة، أو آراء الجمهور على موقع الاكسترانت، أو عن طريق البريد الالكتروني، إضافة إلى الإجابة عن الشكاوَى والاستفسارات حتى لا تكون هناك خسارة للجمهور وتلجأ بعض المؤسسات الى

---

(١) مجلة المستنصرية للحاسبات ، الاكسترانت بديلاً عن الانترنيت،بغداد ،مركز المستنصرية للحاسبات، العدد٣، ٢٠٠٠،ص١٥.

الاستعانة بالمشاهير لتكسب على موقع المؤسسة، ويطرح رأياً أو فكرة لزيادة إقبال الجمهور لموقع المؤسسة[١].

ومن هنا فإن العلاقات العامة على الانترنيت أصبحت تشكل علماً شبه منفصل عن العلاقات العامة التقليدية؛ لأنه يجمع المعرفة بأسرار وتقنيات الانترنيت مع أصول وأسرار العلاقات العامة المعروفة ونتوقع تطوير عمل العلاقات العامة في عصر الاتصال الالكتروني المباشر بالجمهور في بيته أو أي مكان آخر في مختلف دول العالم.

وكشفت نتائج الدراسة حول أخلاقيات العلاقات العامة في الوطن العربي حرص الممارسين على الالتزام بأخلاقيات التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسات، ودرجة الالتزام بأخلاقيات المجتمع ودحض المساوئ غير الأخلاقية وعلاجها[٢]، ودعت الدراسة إلى وضع ضوابط وأسس إجرائية لقواعد أخلاقيات مهنة العلاقات العامة بعد أن تطور مفهوم الأخلاقيات المهنية، ويُعَدّ حقلاً رئيساً من تخصص العلاقات العامة، وقيام الشركات والمؤسسات بإصدار مدونات أخلاقية تكون مرشداً وموجهاً لقرارات المؤسسة وسلوكيات العاملين في العلاقات العامة، والتوصل إلى وضع ميثاق شرف منظم لمهنة العلاقات العامة في المؤسسات العربية، والاهتمام بالدورات التدريبية وعمليات التدريس الأخلاقي الذي من شأنه أن يطور أداء المهنة ويحسن صورتها، وإلى وضع ميثاق شرف أخلاقي عن آداب المهنة وضوابطها على المستوى العربي[٣].

---

(١) أياد حسن الرمضاني وآخرون،المدخل إلى الشبكة التبادلية والبريد الالكتروني، مصدر سابق،ص٥٧.

(٢) وليد خلف الله محمد ، أخلاقيات العلاقات العامة في الوطن العربي رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة جنوب الوادي/ كلية الآداب/ قسم الإعلام في مصر،٢٠٠٧،ف٣ص١٧.

(٣) وليد خلف الله، المصدر السابق.

تطور العلاقات العامة:

وتطورت العلاقات العامة في السنوات الخمسَ عشرة الماضية حسب ما أكد خبراء من خدمة مساندة إلى صناعة واعدة كاملة النضج لصناعة العلاقات العامة، وفي المقام الأول سلسلة من التوقعات والقدرة على إدارتها والاتصال الفعال بالجمهور عن طريق التوازن المنطقي بين البرامج الإعلامية وبرامج العلاقات العامة، وهو المدونات وتأثيرها المتنامي وكيفية قيام تلك المدونات الالكترونية بتغير المفاهيم بطرق هادفة، وهذا ما يمكن أن تسميه تغيير العلاقات العامة والأعمال وتلافي الأخطاء التي قد تقع فيها العلاقات العامة، وبمعلومات حديثة تؤثر في كتابات الصحافيين[1]، وهذا ما يؤكد أهمية بعض المدونات والمواقع الالكترونية في الاتجاهات الحديثة في عالم الاتصال وتطبيقات عملية توضح أهمية دور العلاقات العامة لأي مؤسس استراتيجي، اللذين يمكن عن طريقهما دمج أنشطة التسويق والعلاقات العامة، وتحويلها إلى برامج مربحة متكاملة، والتي تسعى إلى تحقيق هدف معين في فترة زمنية محددة، تستخدم فيها جميع أنواع الاتصال للترويج لمنتج أو لتعزيز صورة ذهنية معينة على أن ترافقها حملة تثقيفية أو نوعية ملازمة وصولاً إلى عملية التقييم والمتابعة[2]، وتعتبر المدونات جزءاً من التفاعل القوي بين البُنى الاجتماعية والظاهرة الرقمية في المجتمعات المتقدمة التي توصف بأنها تعيش مرحلة ما بعد الثورة الصناعية مما يعطي العلاقة بين الشركات الكبرى التي تمثل قوة متسلطة في الغرب والمدونات نموذجاً من التحول الاجتماعي للمدونات، والذي أجبر الشركات على التعامل مع المدونين وإنشاء مدونات مع أن الإعلان قد يضر بمصداقية المدونات الالكترونية

---

(١) يمكن الاطلاع على معلومات أكثر على موضوع، صناعة العلاقات العامة، أبحاث إيكو نيجيل ميدلميس على موقع www.alraimedia.com/Templates/fesaveArticle.aspx?Id=25667

(٢) حسن محمد خير الدين،أصول العلاقات العامة من الناحيتين النظرية والتطبيقية،ص١٦.

بعد أن أصبح عالم المدونات أداة إعلامية فعالة مما أثار اهتمام المؤسسات التي تسعى دوماً لتحسين صورتها في مخيلات الناس. ويقول ريشار إيد رئيس شركة العلاقات العامة لـ(وول مارت)[1]: إن المدونات ظاهر تثير لديه سؤالين، أولاً هل يجدر بنا أن نتعامل بطريقة مختلفة عما نفعل مع شركائنا المعتادين في الصحافة؟

ما هي الأشياء التي تجعل المدونين أنفسهم ملزمين بها حيال الوثائق التي تزودهم بها.

يخلص مارت إلى القول: إن العدد الكبير لرواد الانترنيت الذين يستقون معلوماتهم من المدونات يُوجب على شركات العلاقات العامة التي تقيم علاقات مع المدونات مما يتوجب القيام بالمثل، وتعتمد نوعية خدماتنا عليها ففي حال التوجه إلى المدونات blogger يجب أن نتذكر دوماً أننا مؤسسة معلومات ونعمل لحسابها أو لمصلحة زبون معين.

قوة ظاهرة المدونات في الشركات:

أظهرت دراسة أجراها مشروع الامتياز في الصحافة [2] Project for Excellencein Journalism أن نسبة ١٪ من المقالات المنشورة على المدونات تعتمد المقابلات المباشرة و٥٪ من النصوص هي أعمال توليفية، ويلخص بعضهم هذا الوضع بالقول: لا تستطيع أن تعامل المدونات البلوغرز كالصحف بحسب قول ستيف رويل[3] صاحب موقع يدرس قوة وقدرة التكنولوجيا الحديثة على تطوير

---

(١) يمكن الاطلاع على موضوع، شركات العلاقات العامة،موقع جريدة البشاير الالكترونية، ٢٠٠٨/٦/١٩ www.elbashayeronline.com/index.php?eage=viewn8nind

(٢)موقع أمريكي خاص بالدراسات الصحفية، وللاطلاع أكثر يمكن زيارة موقع Project for Excellencein Journalism

(٣) ستيف رويل صاحب موقع www.mieropersuasion.com

التسويق ووسائل الإعلام ووكالات الاتصال، وبين فيها أن تجربته كمدون الكتروني أوصلته إلى الخلاصة الآتية: أن السنوات الخمس الماضية على الأقل ظهر في العالم الافتراضي أن الناس لا يثقون بالمؤسسات ولا برؤسائهم، وجمع من الفضائح الكبرى مثل الاحتيال المشين الذي مارسته شركة (أترون) من دون اهتمام سياسي كان مما عزز جو انعدام الثقة، وتنبهت شركة مثل (ايدلمن) إلى مشكلة الثقة وتوصلت إلى أن الناس يثقون بالصحافة، وباتوا أكثر ميلاً لتصديق المدونات.. وأن الشركات باتت تعرف هذهِ الأمور بدقة وتتصرف بموجبها[1]، وأدركت شركة (مايكروسوفت) قوة ظاهرة المدونات منذ بضع سنوات عندما أعد أحد موظفيها مدونة عن نفسه حينما عمل (روبيروسوفت) مقابل نشر فكرة مفادها أنها تمثل عنصراً اقتصادياً مفيداً وحريصاً على المصلحة العامة، وأصبح سكوبل أثر مدونته الصريحة التي تتقبل الانتقاد[2] أحد مشاهير شبكة الانترنيت، وحققت مدونته هذهِ إنجازات لم تقدر العلاقات العامة في الشركة على إنجازها خلال سنوات، أي المساهمة في إضفاء صورة إنسانية على عملاق برمجيات الكومبيوتر، ويتحدث عن امتلاء بريده الالكتروني يومياً برسائل شخصية تتحدث عن هموم المجتمع، مما دفعه إلى القول بأن/ نجاح مدونتي يعود لكوني أجيد الاستماع.. وعلي أن أنتبه لكثرة ما يظن الأشخاص بأن سر نجاحهم التجاري يعتمد على ما تقوم به مواقعهم أو من الإشارة إلى منتجاتهم.

وأدركت المؤسسات الكبرى في الولايات المتحدة ضرورة أن تشارك المستهلكين في آرائهم عبر الحوار الصريح معهم باستخدام المدونات الالكترونية المفتوحة، مما ترك أثراً إيجابياً في صورة السلع في الفضاء الالكتروني[3]، وبعض المؤسسات لا تملك حلولاً أخرى. هذا ما عبر عنه موقع (نت فليكس) وهو موقع إقراض

---

(١) يمكن الاستزادة عن طريق الاطلاع على موقع، Microsoft Word موقع [DOC] First www.alamrakamy.com/cms/linkclick.aspx?fileticket=linp

(٢) يمكن الاطلاع على موقع الدليل www.dalilc1.ajeeb.com/directoryasp?category

(٣) يمكن الاستزادة عن طريق الاطلاع موقع www.misformatting. MediaWiki markup

أسطوانات الفيديو الرقمية أو (دي في دي) (DVD) على الانترنيت، سمح لأحد المدونين المشاكسين واسمه مايك كالتنني بإنشاء مدونة نقدية على الانترنيت وأجبرت هذهِ المدونة المؤسسة على طرح أسئلة كثيرة مثل سبب ميل الناس إلى موقع rati.com وهو محرك بحث متخصص في المدونات، ويضم أكثر من ٣٠ مليون مدونة، ويتفرع منها ٢,١ مليون صلة مع مواقع شبكة المعلومات الانترنيت. وتعتبر إستراتيجية الترابط والتواصل الاجتماعي واحداً من أهم الأساليب التي تنقل المدونة إلى آفاق أُخرى وينقسم الترابط الاجتماعي إلى قسمين:

١-الترابط الاجتماعي عن طريق المفضلات الاجتماعية أو التشبيك.

٢-الترابط الاجتماعي عن طريق مشاركة المدونين في الكتابة في مدوناتهم وهو القصور في التدوينة[١].

وبواسطة التواصل والمتابعة للمدونات هنالك إشارات وعبارات تشير إلى أن هذا المقال في هذهِ المدونة كتب بواسطة مدون آخر مع وضع رابط لذلك المدون، وهذهِ إحدى مظاهر التعاون والدعاية التي انتشرت في مجتمعاتنا العربية، وهذهِ الاستراتيجية هي إحدى وسائل العلاقات العامة لخلق استقطاب جماهيري بين المدونات، تلخص فوائد التدوين في مدونات الغير، فالمدون المستضيف كسب موضوعاً جديداً بلا عناء، وهذا سيزيد من استمرار المدونة إضافة إلى أن المدون المستضيف سيكسب زواراً من مدونة الكاتب عندما يذكر الكاتب في مدونته أنه يكتب في مدونة أُخرى، وأن الكاتب سيكسب زواراً جدداً في مدونة أُخرى، وسيكون هنالك إسهامٌ في كلتا المدونتين من وجود مقالات ليس لها علاقة بتوجه المدونة المضيفة، وإن فكرة أكثر من شخص في مدونة واحدة ستزيد من قوة المدونات المتخصصة لتوسع الأفكار والآراء حول المواضيع، وفوائد تكوين علاقات اجتماعية ودائرة معارف جديدة page Rank[٢]إضافة إلى فوائد أُخرى

---

(١) يمكن الاستزادة أكثر عن طريق الاطلاع. http://rezwanul.blogspot.com/

(٢) حديث كونراد فان هاسيلت، أحد الخبراء العالمين المشاركين في مؤتمر الكويت للعلاقات العامة ١٣/ ٢/ ٢٠٠٨.جريدة الرأي، ، http://www.alramedia.com/

تتعلق بالبيج رانك، ومن أشهر المدونات العربية المتعاونة في هذا المجال مدونتي سمارت نت وجميل كوم www.smart.net@gmail.com، ويقول كونراد فان هاسبلت المستشار الإداري لشركة ريبوتيشن ماترز: إن بناء السمعة لدى أي مؤسسة أو شركة يكون عن طريق تكوين صورة ذهنية عن المؤسسة في عقل الجمهور من خلال ما يرى ويسمع عن المؤسسة، ومن خلال نشاط جهاز العلاقات العامة سواء من خلال النماذج أم الدعاية أم الإعلانات أم غيرها، وأن تعزيز اسم الشركة أو المؤسسة يأتي عن طريق الصدق مع الجمهور وصولاً إلى أن أي شخص عند ما يكَوِّن صورة عن مؤسسة ما من الخبرة الشخصية ومن خلال المعلومات التي يستقيها من الآخرين ومن الرسائل الإعلامية المتعددة[1]، وبهذا الصدد قال مدير المعلومات في مؤسسة أبحاث أيكونيجيل ميدلميس: اتضح دور المدونات وتأثيرها المتنامي، وكيف تقوم تلك المدونات الالكترونية بتغيير المفاهيم بطرق هادفة؛ لأن المدونات غيرت طريقة التواصل بين أصحاب الأعمال والعملاء، أو ما يمكن تسميته تغيير العلاقات العامة، وتلافي الأخطاء التي قد تقع فيها العلاقات العامة.

وتسعى إدارة العلاقات العامة إلى توسيع دائرة اتصالاتها مع مختلف أجهزة الاتصال، وأدخلت ضمن برامجها في مجال التسويق الالكتروني ما أطلقت عليه اسم البيان الصحفي الجديد، والذي توجهه الشركة للجمهور عن طريق هذهِ المواقع ويهدف عادة لبدء حوار مع الجمهور أكثر من مجرد إطلاق معلومات ورسائل معينة، وهذا يعني أن الشركة يجب أن تكون جاهزة لأن تكون ذات مصداقية وشفافية في الحوار، لأن الناس ستسأل وتناقش وتعترض وتشتم وتبحث عن معلومات، وتنتظر من الشخص الذي يحاورها أن يحترم هذهِ النقاشات ويواكبها وإلا انقلب الآخر ضده[2].

---

(١) جريدة الوطن الالكترونية، تفاصيل ،مؤتمر الكويت للعلاقات العامة ١٣/ ٢/ ٢٠٠٨. على الرابط:
http://www.alwatan.com.kw/Default.

(٢) Alaswaq.net. مجلة متخصصة بالتسويق على النت ،الامارات العربية،العدد٣٤،ص٢١

ويستخدم البيان الصحفي الجديد في لغته لغة شبابية هادئة ودافئة ، ويستخدم لغة المنتديات نفسها والمدونات والشبكات الاجتماعية، وهو عادة مرفق بصور كثيرة وملفات فيديو وروابط للمدونات الآلية للشركة التي تحمل كمّاً من المعلومات التي تحدث يومياً عن الشركة ومنتوجاتها وخدماتها، ومع التطور الذي حصل في عالم الانترنيت، أكد خبراء دوليون في العلاقات العامة[1]، أن الوقت الحاضر هيأ الأسباب لرسم منهج عمل جيد للعلاقات العامة بواسطة تعزيز مفاتيح بناء سمعة للشركات في الصدق والشفافية والعلاقات العامة، وابتكار وظائف جديدة للعلاقات العامة تكون أدق في مهامها وتخصصاتها لكي تتجنب ضبابية بعض الوظائف واختلاط مهماتها في ذهن الموظف.

وشهد الوطن العربي في السنوات العشر الماضية قفزات في مجال التحولات غير الاعتيادية في حجم المعلومات التي يتم تداولها بين الناس ونوعها وسرعتها في التداول على مستوى العالم ككل، وإن سرعة التحولات هذهِ أدت إلى الانتقال بشكل مبهر في عصر المعلومات، وأحدثت تطورات رهيبة في وسائل الاتصال بين الناس وفي إمكانية وصول الفرد العادي إلى هذهِ الوسائل، لأن لب العلاقات العامة هي الاتصال بالجماهير المستهدفة وسر نجاحها، فمن الضروري لممارسي العلاقات العامة أن يفكروا كثيراً في ما تعنيه هذهِ التغييرات والتطورات لمجال عملهم خاصة، وأن العلاقات العامة تقوم أساساً على مبادئ وأسس ثابتة وتعتمد على خطط إستراتيجية بعيدة المدى وأُخرى قريبة المدى، تتصف دائماً بالثبات والاستقرار، ولكنها في الوقت ذاته عمل خلاق وإبداعي يتميز بتجاوبه مع التغييرات العلمية والتقنية والإنسانية التي تحدث حوله ليحقق بهذا التجاوب الاستفادة القصوى من هذهِ التغييرات والنتائج المثالية للمؤسسة.

---

(١) جريدة الوطن الكويتية الالكترونية ٢/ ٧/ ٢٠٠٨:

http://wwwalwatan.com.kw/Default

وأظهرت بعض دراسات التكنولوجيا ودراسات السوق مؤخراً الموقع المتميز الذي تحتله دولة الإمارات العربية المتحدة ومركزها الاقتصادي والتجاري الريادي الإقليمي، والذي يخولها استخدام مراحل متقدمة من برامج الحكومة الالكترونية، وعن طريق الأبحاث والانجازات والمشروعات العديدة التي أطلقت في مجال تقنية المعلومات مما أسهم في إنشاء البنية التكنولوجية التحتية القادرة على تبني المشاريع الضخمة بكفاءة ومتانة رفيعة[1] وانتقل موضوع السوق الالكترونية بعدد من الدول العربية ومنها السعودية وقطر وبقية دول الخليج العربي بصورة متفاوتة، وكذلك مصر ولبنان وحتى العراق، ولكن بشكل موحد وأخذت فيه أنماط الأعمال من النمط اليدوي (المادي) إلى النمط التكنولوجي، ومنها على سبيل المثال شراء بطاقات شحن الهاتف المحمول، وإدخال الرقم الطويل في الهاتف النقال لإعادة شحن رصيد الخط، وعن طريق دفع المال، أي: القيمة المادية مقابل الحصول على رقم غير محدد تماماً صالح برمجياً، وهذهِ العملية بديلة عن الذهاب إلى مركز خدمات الهاتف الجوال لدفع المبلغ المطلوب مباشرة، وكذلك تطورت مواقع التجارة الالكترونية على شبكة الانترنيت[2] بشكل هائل وسريع تضمنت معلومات عامة وتعريفية وإعلامية ودعائية ومداخل لأنشطة التسويق والخدمات على الخط online وتبادل المعلومات وخدمة الدفع الالكتروني وعمليات البيع والشراء وإتمام الصفقات التجارية الضخمة بين كبرى الشركة والمؤسسات عبر العالم بأسره إضافة إلى عرض السلع والمنتجات على ملايين الزوار والمستثمرين في العالم، وتجديد الدول، ولا يكاد يخلو موقع انترنيت من نشاط استثماري أو مالي بشكل مباشر أو غير مباشر. وسيشهد الغد القريب تخطي

---

(١) يمكن الاستزادة عن طريق موقع، الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنيت C4ARAB.

(٢) التجارة الالكترونية عبر الشبكة العالمية الانترنيت،موضوع على موقع جريدة الوطن الكويتية الالكترونية، ١٥/٦/٢٠٠٨.

مشاكل ارتفاع كلفة الاتصال وبطء الخدمة من حيث سرعة التحميل وإزالة عدد من العقبات السياسية والاجتماعية، وازدياد عدد المواقع العربية الناجحة على الشبكة، لأن أغلب العرب مازالوا يتحدثون وخاصة الناشرين العرب عن الجدوى الاقتصادية من إنشاء مواقع الكترونية، فإن نظراءهم في الغرب قد استوعبوا الجانب الاقتصادي للنشر الالكتروني تماماً[1].

---

(١) عباس مصطفى صادق،صحافة الانترنيت قواعد النشر الصحافي الشبكي،الظفرة للطباعة والنشر،ابو ظبي،٢٠٠٣،ص١٨١.

المبحث الثاني

أستخدام الدعاية في المدونات

مفهوم الدعاية

تعتبر الدعاية إحدى أنواع الاتصال الجماهيري ومن أهم مُرتكزات الحرب النفسية، ولها دور فاعل في التأثير في الجماهير وتوجهاتهم قديماً وحديثاً.

واتخذت أشكالاً متعددة وأُطراً مختلفة حسب هدفها ونوعية الشرائح الاجتماعية الموجهة إليها لغرض دفع الجماهير نحو هدف محدد بما يخدم مصالح الجهة القائمة بالدعاية اقتصادياً واجتماعياً وسياسياً وعلمياً... إلخ.

وتطور أساليب الدعاية بفعل تطورات المجتمع أمام التطور التكنولوجي واستخدام أحدث وسائل التقنية في عملية الاتصال الجماهيري سواء الفضائيات أو الانترنيت أم الأجهزة الرقمية الحديثة من أجل ضمان سرعة الاتصال، ومن ثم زيادة التأثير بهدف تحقيق النتائج المستوحاة منها.

فالدعاية هي إحدى أنواع الاتصال، وتستخدم كقوة للسيطرة على أفكار أفراد المجتمع وتوجيههم الوجهة التي حددت لهم عن طريق استغلال عواطفهم وغرائزهم[1]، ومن خلال استخدام وسائل الاتصال العامة تسعى الشركات والمنظمات إلى تنظيم حملة دعائية لتغيير مفهوم الناس عن طبيعة السلعة التي تنتجها. فمثلاً حين ثار جدل حول مدى اتفاق مشروب الكوكا كولا مع الشريعة الإسلامية سارعت الشركة المنتجة لهذا الشراب في ذلك الوقت إلى تنظيم حملة دعاية عن طريق وسائل النشر العام للتأكيد على صلاحية وطهارة المشروب دون أن يفصح عن شخصيته، وفي ضوء هذا يختلف الإعلان عن الدعاية، فالمعلن يفصح

---

(١) هناء حافظ بدوي، مصدر سابق، ص٢٢.

عن شخصيته في الإعلان، ويدعو القارئ أو المستمع إلى اتباع سلوك محدد، ومن ثم يرتبط اسمه في ذهن القارئ بمضمون الرسالة الإعلامية وأدت الدعاية دوراً فاعلاً في التأثير على الجماهير وتوجهاتهم قديماً وحديثاً، واتخذت أشكالاً متعددة[1] وأطرا مختلفة حسب هدفها ونوعية الشرائح الاجتماعية الموجهة إليها لغرض دفع الجماهير نحو هدف محدد وبما يخدم مصالح الجهة القائمة بالدعاية اقتصادياً واجتماعياً وعلمياً ..إلخ ولقد تطورت أساليب الدعاية بفعل تطور المجتمع، الأمر الذي تطلب بالمقابل وسائل إعلامية حديثة تكنولوجياً، لغرض ضمان سرعة الاتصال ومن ثم زيادة التأثير بهدف تحقيق النتائج المتوخاة منها.

الفرق بين الإعلام والدعاية:

فالإعلام هو التأثير العملي على مطالبة الفرد أو الجمهور، ويهدف إلى تزويد الجمهور بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة الواضحة الصادقة، وتتأثر سلامة الإعلام بدرجة صحة المعلومات وسلامتها، فكلما كانت العلاقات والحقائق واضحة كان الإعلام سليماً وقوياً، وأركانه: الصدق والوضوح والصرامة والحياد والحقيقة: وأغراضه: هي التنوير وتعريف الجمهور بالمؤسسة أو المنظمة، مما يخلق حالة من التفاهم والمشاركة للحصول على ثقة الجميع في برامج العلاقات العامة، ويهدف إلى التكييف الحضاري واليقظة والنمو[2].

أما الدعاية فهي حالة تسود فيها السيطرة على وسائل النشر المختلفة[3] بحيث

---

(١) حميدة سميسم، ، الدعاية المضادة وسبل مواجهتها، بحث منشور في مجلة حوليات الإعلام الصادرة عن قسم الإعلام كلية الآداب جامعة بغداد،العدد٢، ٧٧ص،١٩٨٣.

(٢) هناء حافظ بدري، مصدر سابق،ص١٥٠.

(٣) أحمد بدر، الإعلام الدولي، دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، وكالة المطبوعات، الكويت، ١٩٨٥، ص١٢٣.

ينشر ما يشاء دون تحري الدقة أو الصدق أو الأمانة، وفيها أهداف محددة يحاول بكل الوسائل أن تثير ميول الجماهير وعواطفها للوصول إليها بدل من إيقاظ تفكيرهم وانتباههم، ولا يهم الدعاية إلا تحقيق غايات معينة مع التضحية بكل شيء في سبيل تحقيق هذهِ الغايات. ويرى غوبلنر أحد مساعدي هتلر على ضرورة أن تؤثر الدعاية بصورة مباشرة ومبسطة في سياسة الآخر وتصرفاته والاستفادة من الأخطاء التي يرتكبها في إعلامه أو نمط سلوكه أو طرق معالجتها للأحداث والوقائع المعلن عنها عبر برامجه وممارساته في إحداث التأثير وعن طريق سلوك معين وصفاً أو تقويماً أو تحريضاً لإنجاز هدف أو خطة دعائية[١]، وللدعاية جوانب إيجابية لتوسيع مدارك ومفاهيم المجتمع نحو التطور والتقدم تقوم بها الدولة أو شركات أو مصالح عامة نافعة، ولها جوانب تحمل في طياتها نفحات شريرة متحيزة دائماً وإن كان القائمون لا يحسون بالذنب لقيامهم بهذا العمل، بل يرونه محققاً لأهدافهم الوطنية السامية، ولعلهم مخدوعون أحياناً في براعة ما يقومون به، فيما يعتبر البعض أن الدعاية وسيلة اتصالية استكمالية[٢].

وتصنف الدعاية إلى أنواع مختلفة تبعاً لتنوع أهدافها والتي تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر في الجماهير وتوجهاتها والتي يمكن إجمالها بما يأتي[٣]:

الدعاية البيضاء: وهي التي لا تخشى من أن تقف الجماهير على مصادرها الحقيقية بقدر ما تختفي وراء هدف من الأهداف.

الدعاية الرمادية: وهي التي لا تخشى من أن تقف الجماهير على مصادرها

---

(١) محمد معوض وآخرون، دراسات إعلامية، منشورات ذات السلاسل، الكويت، ١٩٩٥م: ص٣٥٧.

(٢) حسن العيدي، وسائل الاتصال بالجماهير، بحث منشور في مجلة حوليات الإعلام الصادرة عن قسم الإعلام كلية الآداب جامعة بغداد،العدد١ ، ٧١ص،١٩٨٢.

(٣) حميدة سميسم،مصدر سابق،ص٧٩

الحقيقية بقدر ماتختفي وراء هدف من الأهداف كما هو الحال في إذاعة أوربا الحرة في زمن الاتحاد السوفيتي السابق.

الدعاية السوداء: وهي المستورة على نشاط المخابرات السرية حيث لا تكشف هذهِ الدعاية عن مصادرها ولكنها تنمو وتتولد بطريقة سرية ومنها الإذاعات السرية إضافة إلى دور بعض الإذاعات والقنوات الفضائية التي تبث للعلن ووكالات الأنباء وكذلك النشرات السرية.

الدعايات الحمراء: وهي الدعاية الخاصة بالحركات التحررية والوطنية في العالم وتمارس عن طريق الإذاعات الموجهة الخاصة.

وتستند الدعاية على عدد من القوانين في مخاطبتها للجمهور ومنها[1]:

١-**قانون التبسيط**: عن طريق تجزئة عقيدتها وحجمها إلى نقاط محددة بوضوح قدر المستطاع.

٢-**قانون التضخم والتشويه للأخبار**: بطريقة صحفية مألوفة لدى العديد من الدول والأحزاب والقوى السياسية.

٣-**قانون التوزيع**: ويعني تكرار المعلومات بصورة ذكية تكفل عدم خلق ملل لدى المتلقي.

٤-**قانون الإجماع**: إن معظم الناس يحرصون قبل كل شيء على التجاوب مع أقرانهم وقلة من تجَرَّأ على تكفير الإسهام السائد حولهم لنشر الفكرة المناهضة للرأي العام، ومن هنا ارتبطت الدعاية ارتباطاً وثيقاً بوسائل الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة لتخلق حالة تفرد في التأثير في الآخرين سواء كان هذا التأثير سلباً أم إيجاباً.

---

(١) محمد معوض وآخرون، دراسات إعلامية، مصدر سابق، ص٣٥٧.

عناصر الدعاية[1]:

١- المصدر: حقيقته- ظهوره- مدى الاستخدام.

٢- الوقت: وقت وصول المصدر- إرساله- إعادته.

٣- المرسل إليهم: مباشر- غير مباشر غير منتظم لا هو مباشر أو غير مباشر.

٤- الموضوع: من مصدر حكومي ومخابرات، دعاية مضادة.

٥- الواجب: ضد من، للتفرقة، يتماشى مع الإستراتيجية.

مبادئ الدعاية[2]:

١- المحافظة على الفرصة.

٢- تركيز القوى.

٣- العمل الهجومي.

٤- السرعة.

عوامل نجاح الدعاية[3]:

١- التكرار

٢- لون الدعاية

٣- الحقيقة

٤- هدف معين

---

(١) حميدة سميسم،مصدر سابق،ص٨٥

(٢) almoddawan: Moddawanablogspot.com/2007/6/blog-post

(٣) almoddawan: Moddawanablogspot.com/2007/6/blog-post

٥- هدف غير مباشر

قيود الدعاية:

١- سياسية

٢- الأمن

٣- الوسائل

٤- الأفراد

٥- الدعاية المضادة

إذن فالدعاية هي محاولة متعمدة من أفراد وجماعات باستخدام وسائل الإعلام لتكوين اتجاهات والسيطرة عليها وتعديلها عند الجماعات لتحقيق هدف معين في كل حالة من الحالات التي يجب أن يتفق رد الفعل مع هدف رجل الدعاية(١)، وقد عرفها قاموس دراسات الاتصال بالجماهير بأنها (معالجة قصديه من خلال الرموز والكلمات، الإيحاءات، الصور الإعلام، النصب التذكارية، الموسيقى وغيرها) للتأثير في أفكار الآخرين ومواقفهم ومعتقداتهم وتصرفاتهم(٢).

أما القاموس السياسي، فيعرفها على أنها استخدام يصف مسألة فيها مخادعة، منافقة أعدت لإكراه العامة(٣).

والدعاية هي محاولة استمالة الآخرين عقلياً وعاطفياً لاتخاذ الموقف الذي تسعى

---

(١) مها شني، استخدام الراديو في الحرب النفسية، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٥م، ص١٥.

(٢) عبد السلام السامر، الدعاية الأمريكية في العراق، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام كلية الآداب، ١٩٩٨، ص٢٥.

(٣) عبد السلام السامر، المصدر نفسه،ص٤.

إليه وتعتمد على الإقناع وتبتعد عن الضغط والإكراه أو التوازن أو العقاب أو المكافأة المادية للتأثير في الرأي والمعتقد وطريقة التفكير[١].

ومن هنا تؤدي وسائل الإعلام دوراً كبيراً في نقل الصورة للقائمين عليها للجماهير، في هذا الخصوص، تطور الفن الدعائي بصورة مذهلة وعلى الأخص في حالات التحولات الديمقراطية السريعة والمحدودة، ولم يعد يعامل كعنصر ثانوي في النهاية، وإنما بدأ في أوضاع عديدة، ثم التركيز عليه لدرجة كبيرة إن لم يُعْطَ الأولوية في التعامل مع الأحداث والوقائع المراد تقييمها أو نشرها بين صفوف الناس، لذلك ازداد التوجه نحو دراسة الدعاية كأي فن أو علم آخر من حيث المفاهيم والمقومات والمعايير التي يستند إليها إضافة إلى طرق استخدامه وما يفضي إليه هذا الاستخدام من نتائج سلبية وإيجابية[٢].

الدعاية عبر الانترنيت:

يعد الانترنيت مصدراً هائلاً للخبرات والعلاقات وتكوين مجموعة قوية جداً من الأشخاص الذين لهم الميول نفسها تقريباً، ولهذا أصبح الانترنيت مجالاً فعالاً للغاية من أجل تنمية مصداقية وتأييد الشركة، وبعض المنظمات القليلة يمكن أن تتجاهل هذهِ الإمكانية خاصة مع إمكانية إفرازها تأثيراً قوياً إما سلباً أو إيجاباً، وعندما يتم استخدام قوة الانترنيت لبناء الثقة يتم تدعيم سمعة المنظمة وتكون قادرة على بناء شبكة من العلاقات القوية، والشركات والذين يكتسبون الثقة يكون بإمكانهم القيام بالكثير من الأشياء الجديدة مثل تغيير الأسعار وإضافة

---

(١) هادي نعمان الهيتي، الاتصال بالجماهير المنظور الجديد، دار الشؤون الثقافة العامة، بغداد، ١٩٩٨، ص٢٣.

(٢) حميد جاعد، الإعلام والديمقراطية بين الدعاية والتحريض، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي، العدد الثاني/ حزيران/ ٢٠٠٦، ص٢٣.

الخدمات وأداء العمليات بشكل أكثر انسيابية... إلخ، ويعني هذا أن السمعة الجيدة تزيد من الوثوق بهذهِ المنظمة وغيرها وتكون أكثر حرية وقدرة على المنافسة.

وليس من الخلق بالنسبة للعاملين في مجال العلاقات العامة أن يروجوا لموقع لا يتوافق مع هذهِ الأُسس والمبادئ خاصة إذا لم يقم مسؤول العلاقات العامة بشكل قاطع ينصح العميل أو المنظمة بأن هناك حاجة إلى تأمين مناسب وزيادة مناسبة في سعة الموقع على الانترنيت والدعم من الفرع الرئيسي[1].

فإذا انخفض مستوى الموقع الذي يروج له موظف العلاقات العامة بسبب مستوى الدعاية وتسبب بازدياد الحركة نحو الموقع بشكل لم تستطع المنظمة استيعابه، فإن اللوم يقع على صاحب الموقع، إلا أنه إذا لم يقم موظف العلاقات العامة بتوجيه النصح بشكل مناسب وقوي لمالك الموقع فيما يتعلق بهذهِ المخاطر المحتملة على سمعة الشركة فإن المسؤولية الكبرى تقع على عاتقه، ويعتبر متقاعساً عن حماية العملية على ألنت، وذكر Don Middle berg رئيس مجلس إدارة Middle berg وشركاؤه أن الصحفيين يعملون وفق القواعد الجديدة- وهم يبحثون عن أفكار الكتابات على الشبكة وينقلون الإشاعات ويتوجهون للمواقع الخاصة بالشركات على الويب للحصول على المعلومات خاصة عند ظهور بعض الأخبار الجديدة[2].

والذي يهمنا في هذا البحث هو الدعاية لأغراض اقتصادية وسياسية و دينية وحزبية ثقافية وغيرها التي تشملها مجالات البحث في المدونات، وأنها لا تختص بالنشاط الاقتصادي فقط، ولا تنفرد كوسيلة من وسائل البيع التي تستعين بها المنشأة لتصريف إنتاجها وإيجاد زبائن لها، بل تعتبر وسيلة عامة يمكن أن تظهر

---

(١) ديفيد فيلبس، العلاقات العامة عبر الانترنيت ،ص٢٧.

(٢) ديفيد فيليبس، العلاقات العامة عبر الانترنيت المصدر السابق نفسه، ص١٢.

في كثير من أوجه النشاط الاجتماعي لتحقيق أغراض اقتصادية أو غير اقتصادية.

(وقد يكون الغرض من الدعاية الوصول إلى أغراض غير اقتصادية فيسمى عندها هذا النوع من الدعاية بالدعاية الفكرية propaganda والتي تشمل الدعاية السياسية والدينية والثقافة وغيرها)[1] وتستخدم الدعاية التجارية عبر الانترنيت في أسلوب الإعلان لتحقيق الأغراض، وهذا النوع في الإعلان الدعائي توحي بواسطته المنشأة أو المنظمة للجمهور بمنتوجاتها عبر أشكال وأساليب تجذب المتصفح وتسهم في تفاعله مع الموقع.

ويشهد العالم اليوم ظاهرة يمكن أن تعتبرها ثورية من خلال ما أطلق عليه (التسويق الفيروسي) (viral marketing) والذي يستخدم من قبل زوار الشبكة العنكبوتية وملتقى المدونات الشخصية (Blog) للتحدث عن منتج تجاري معين، وهذا النوع جديد في الاستراتيجية الدعائية الذكية عبر الانترنيت، وسيتوغل في حياتنا اليومية أكثر فأكثر خلال الفترة المقبلة[2].

ويكمن هدف التسويق الفيروسي في إحياء علاقة تجارية ما، ورُوِّجَ لهذا التسويق الفيروسي في الولايات المتحدة وأوربا الشمالية منذ سنوات وانتشرت هذهِ الظاهرة في بلدان الاتحاد الأوربي، وشهدت فعالية ما لشركة (سوني) في إيطاليا لهذهِ الظاهرة، إذ إنها أنشأت بوابة الكترونية مفتوحة لجميع الزوار على الانترنيت الذين يمكنهم إرسال ملفات الفيديو والتعليق عليها والدردشة مع الآخرين، واستطاعت (سوني) في سبعة أسابيع فقط خصصتها للترويج لمشغل الموسيقى، وكل ما يحيط به من معلومات وتفسيرات وتعليقات شخصية، فقد خصصت خلال هذهِ الفترة

---

(١) عبد المحسن سلمان الشافعي، الإعلان في الصحافة العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، شباط/ ١٩٨٩، ص٣٣.

(٢) دار الحياة اللبنانية الصادرة في لندن http://www.daralhayat.net/actions

لترويج مشغل موسيقى (سوني ووكمان) (Sony Walkman) واستقطب أكثر من ١٣٠ ألف زائر وشوهدت على الانترنيت أكثر من ٦٢٢ ألف مرة[١].

وعلى عكس الدعاية التلفزيونية التقليدية (الجامدة) أو (المتحركة) يتطلب النوع الدعائي الجديد اشتراك المشترين المحتملين ووجودهم في ملتقى (افتراضي) (الانترنيت) للتحدث عن المنتج المعروض والتفاعل فيما بينهم وإجراء مناقشات وتبادل الآراء حوله، فالهدف هو إيجاد دردشة (عفوية) و(فيروسية) وكلمات الدردشة تتعاظم وتتكاثر كما الفيروس الحقيقي لتنتقل من فم إلى آخر، و تجذب أكبر عدد ممكن من زوار الشبكة العنكبوتية، وإن الشركة الداعمة للمنتج لا تنظر إلى الزوار كمشترين بل كشركاء في (لعبة انترنيت) قد تدفع البعض منهم إلى شراء المعروض للبيع، وهذا ما لجأت إليه بدورها شركة (نايكي) عندما بدأت تروج أحذيتها الرياضية الجديدة المسماة (نايكي فري)[٢].

الطرق المستخدمة للدعاية عبر الانترنيت:

يعتبر صاحب الموقع الخاص بالمنظمة أو الشركة هو مفتاح الدعاية وكل صاحب فكر وهدف ما ويمتلك موقعاً يستطيع الترويج لغاياته وأهدافه عبر خطط وبرامج معدة سلفاً عبر موقعه لهذهِ الغايات، ويتم عرض المنتوج أو الفكرة، ويتم النشر بعدة طرق وبأكثر من طريقة عبر الشبكة[٣] إلا أن محركات البحث لم تستقطب الزوار لأي موقع بدون جهد، ومن هذهِ الطرق إرسال آلاف أو ملايين الرسائل

---

(١) يمكن الاستزادة عن طريق الاطلاع على موقع، مجموعة الاتصالات الإعلامية 2006 Media Communications Group

(٢) يمكن الاستزادة من خلال الاطلاع على موقع، دعاية ألفيس بوك،موضوع عقول الشباب، www.compahot.com/news.

(٣) يمكن الاستزادة من خلال الاطلاع موقع لذيذ http://lazeeez.com

البريدية التي تصل إلى صندوق البريد الالكتروني ويشاهدها المتصفح بمجرد إرسالها، وأيضاً ما يمكن وضع إعلانات مدفوعة بمواقع الغير، ويهتم المعلن للدعاية للمنتج أو الفكرة عبر مواقع مشهورة أو تهتم بالمجالات التي تهمه إضافة إلى الطريقة الجديدة في إرسال رسائل دعائية بأعداد ضخمة إلى أرقام الجوال (الهواتف المحمولة) في أي مكان في البلاد التي يريد الدعاية لها أو حتى لدول العالم وعن طريق شركات متخصصة وبأسعار مناسبة[1].

ومن بين عشرات أو مئات الطرق للتسويق تظهر مميزات الدعاية عبر شبكة الانترنيت، ويمكن اختيار نوعية القراء أو اهتماماتهم عن طريق قاعدة البيانات على خلاف وسائل الدعاية الأُخرى التي يشاهدها الجميع، فدار النشر التي تريد زيادة انتشار كتابها الجديد تبحث عن وسيلة إعلانية كنوعية المستخدمين، وغير مكلفة عن طريق اختيار المواقع التي تهتم بهواة الكتب أصلاً، ومع ذلك لم تعد هناك قيود للنشر خارج القطر الذي يعيش فيه الناشر، بل فتح الطريق أمامه لمراسلة أي بلد بسهولة لكي يعتمد الانتشار الأكيد، إضافة إلى إمكانية التحكم بالنشر أو الدعاية عبر الانترنيت محلياً أو أقليميا أو منطقة معينة بكل سهولة[2].

ويسهم الناشرون أو أصحاب الفكرة أو المنتوج للترويج بالدعاية لهم عبر البريد الالكتروني لكونه أطول عمراً بسبب تواجده في صندوق البريد المستخدم طيلة حياته، بل حتى مسحه يتطلب على الأقل قراءة عنوانه الذي يحسن القائم بالدعاية صياغته ليكون جذاباً بقدر مناسب.

ويتحول مزودو الخدمة الرئيسيون على الشبكة الدولية إلى شركات للدعاية والإعلان كبيرة من خلال المزج بين خطط وسائل الإعلام وشراء المساحات

---

(١) يمكن الاستزادة من خلال الاطلاع موقع ن دليلك http://dalelak.net

(٢) الدعاية والإعلان عبر ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، warwagnot;ce"'wgnoticez"docal/

الدعائية وإطلاق الحملات الترويجية لمحرك Google الشهير وهو أيضاً مشغل للإعلانات على الشبكة، وكذلك للدعاية إضافة إلى أن شركة مايكروسوفت أعطت التوجه عام ٢٠٠٦م لمختبراتها للبحث المتخصص في أنماط الدعاية الجديدة[١].

فالمهارات الجديدة التقنية هي أيضاً في خدمة المستخدم، وهي مبررات لجعل صناعة التأثير أكثر ربحاً، وهذا مما يجعل بروز نموذج اقتصادي قائم على مبدأين الأول: أنه يستعار من وسائل الإعلام التقليدية ويبيع للمعلنين فضاءات مشاهدة واسعة النطاق، فكلما شهد موقعاً عددٌ متزايدٌ من الزوار كان الخبر الإعلاني فيه باهظ الثمن، فيما يقوم المبدأ الثاني على المتاجرة بمشاهدة زبائن محدودي العدد ويكون وفق الطلب، فسواء زوار أحد المواقع انتقلوا من موقع إلى آخر فإن مستخدمي الشبكة يخلفون وراءهم آثاراً على الأغلب دون أن يعلموا ذلك نتيجة إلى جمع وتحليل كافة الإشارات[٢].

وإن هناك طريقتين للدعاية عبر الانترنيت، الأولى تهدف إلى استخدام المعرفة بالمتصفح من أجل تزويد الصفحات التي يزورها بمربعات دعائية ملائمة، مثلما هو الحال على شاشة التلفزيون، ويباع هذا النوع من الإعلان وفقاً لعدد مشاهدي اللوحة الإعلانية (انطلاقاً من كلفة لكل ألف مشاهد) وهذهِ الدعاية تتطلب انتشار الإعلانات، ومتابعة القارئ على مختلف وسائل التواصل التي يستخدمها سواء الانترنيت أم الهاتف المحمول وغيرها سعياً لجعله يقع في كل هذهِ الوسائط على الإعلان الذي لا يبدو دخيلاً عليها، والطريقة الثانية هي أن تستثمر ميزانية الشركة بشكل أكبر فالمطلوب ليس تعزيز الماركات ضمن الوسط الملائم للمستهلك

---

(١) يمكن الاستزادة من خلال الاطلاع على موقع blogs.albawaba.com/hadimajali

(٢) صحيفة الوطن السعودية الالكترونية، نقلاً عن، هيرفيه لو كور نيه باحث في جامعة دان الفرنسية، ١٧/ ٤/ ٢٠٠٨م.

بل التعرف على نوايا هذا الأخير استباقاً لتوقعاته، وهنا يسعى مزود الخدمة إلى إيجاد ساحة ستسمح للمعلنين أو لبائعي البضائع والخدمات بالالتقاء بزبائنهم المقبلين عن طريق دعاية تحتسب نظراً لمضمون الصفحة المقروء، وهذا الشكل[١] الذي ابتدعته (Yahoo) وطورته Google بصورة رئيسية يتجسد عبر مربعات نصوص صغيرة بدون إبداعات، ويتم إدخاله على المدونات الشخصية وإلى الصحف على الشبكة أو يتم إنزالها على هامش النتائج التي تحدها محركات البحث.

و ملفات الفيديو على الانترنيت إحدى الأسلحة الأقوى على الانترنيت لكونها الأداة الأكثر وصولاً إلى قلوب الزوار حول العالم وعقولهم، ويشكل موقع (يو تيوب You Tube) المحرك الرئيس لنشر ملفات الفيديو هذهِ إلى أن عدد زوار موقع (يو تيوب) وصل إلى ٤٧,٢ مليون في تموز عام ٢٠٠٨م وبزيادة نسبة ٤٩٥ في المئة مقارنة بكانون الثاني من سنة ٢٠٠٧م إضافة إلى أن هذا الموقع يثير الآلاف من التعليقات يومياً، فماذا لو وضع قيد التعليق منتجاً ما لبيعه أو رؤية، ماذا يمكن أن يخفف من نجاح السوق[٢]؟

الدعاية والمدونات:

تعد المدونات صحافة جديدة أو بديلة لتحدي الرقابة التي تفرضها السلطات على وسائلها المختلفة ومنها الصحافة في الماضي القريب، وتنشر المدونات كل ما يمكن نشره، ورفع الانترنيت القيود وأعطى جيلاً من الشاب العرب فرصة الاتصال بالعالم الخارجي وداخل الأقطار العربية، وإبداء آراءهم في قضايا محلية ودولية، ودفعت المدونات المهمة أبعد للشباب والمفكرين والسياسيين العرب خاصة والعالم عامة وأنشأت جيلاً من المواطنين الصحافيين الذين يتصل بعضهم بالبعض الآخر، ويعقدون ندوات حوارية عفوية، ويوصلون رأيهم إلى أية زاوية في

---

(١) شريف درويش اللبان،مصدر سابق،ص١٩٦.

(٢) حسني محمد نصر،الانترنيت والاعلام،مصدر سابق،ص٢٤٦.

العالم يوجد فيها من يهمه متابعة هذا الرأي، فسعى كل ذي فكر سياسي أو ثقافي أو مهني أو مؤسسة حكومية أو خاصة لتشجيع منتسبيها على أن المدونات والترويج لها ودعمها لتأخذ طريقها عبر الانترنيت، وتكتسب المدونات أهمية إضافية في البلدان التي فيها رقابة صارمة لأنها توفر مساحة من الحرية[1].

وتتميز المدونات الشخصية بقدرة صاحب المدونة على كتم هويته مما يفتح باباً عريضاً للتساؤل هل هو من يقول؟ وهل هو من البلد الذي يدعيه ؟ وهل نيته سليمة فعلاً أم أنه يبيت دعاية سواء ضد أفراد أم دولة بعينها أم دول؟ وهل يعمل منفرداً أم أنه جزء من جهاز للتشويش على بلد ما أو تحويل الأنظار عن بلد آخر، وما يرتكب فيه من جرائم؟ وهذا هو الذي يمكن صاحب المدونة من النجاة من المساءلة القانونية بحكم جهل شخصيته، وهذا ما شهدته السنوات الماضية في أن المدونات التي تجد باستمرار طرقاً تكنولوجية أو احتيالية للالتفات على الحكومة والعودة إلى الصدور في شكل جديد أو مقنع، وخصوصاً أن لصاحب المدونة حرية الكتابة باللغة التي يريدها أو بعدة لغات ليخاطب جمهوراً واسعاً في العالم، هذا الأمر دفع العديد من الحكومات العربية إلى حجب عدد من المواقع واعتقال المدونين ومحاكمتهم، وأحياناً سجنهم كما حدث في السنوات الماضية في أغلب الدول العربية[2].

ويعد موقع face book أحد الوسائل الجديدة للدعاية والذي لقي رواجاً كبيراً بانضمام مليون مشترك إليه شهرياً، لأن هذا الموقع يعد أرقام الهواتف والبريد الالكتروني للأشخاص وهواياتهم ومعلومات وتفاصيل شخصية عن المشتركين فيه، مما يجعله يسعى لبناء دليل عالمي يحتوي على سير ذاتية لأكبر قدر ممكن عن أصدقائهم، والأشخاص والتي لا تتعدى التسلية والفضول عند معظم الأشخاص،

---

(١) جهاد الخازن، جريدة الحياة موضوع في، www.daralhayat.com1L5L2006،

(٢) يمكن الاطلاع على موقع designer-ofgulf.blogspot.com/2008/03-01archivehtml

ولربما أصل المعلومات تستغل إلى الاستخدامات المتنوعة وعلاقات المستخدمين وأهوائهم، مما يجعل البعض لا ينتبه لماهية حياة الآخرين وتفاصيل حياتهم والأفكار والترويج لها في محاولات لاستخدامه كوسيلة عصرية وبخاصة في تمرير face book المتنوعة إضافة حصد قدر أكبر من المعلومات عن الأشخاص لغايات الدعاية التجسسية[1].

وهذا دفع الغالبية العظمى من المدونات في الولايات المتحدة يمينية أو دينية متطرفة بفتح قنوات مع المدونات العربية، واستخدمها لنشر فكر لا يمكن أن يخدم العرب والمسلمين، وخاصة محاولات من مواقع للمحافظين الجدد والمسيحيين الصهيونيين[2].

وطبقاً للإحصائيات انضم في عام ٢٠٠٧م إلى الموقع face book حوالي ٦٠ مليون شخص، وقدموا معلومات عند الاشتراك، مما جعله يجمع عن طريق محركات البحث أكبر معلومات اجتماعية عالمية ودليلاً خاصاً، مما حقق هدفه منشأ الموقع مارك جوكر بيرخ ليتحول من شبكة اجتماعية إلى استخباراتية، وتحقق أهدافها في سبيل تمرير دعايتها المبرمجة، وهذا الشيء دفع الدعاية (الإسرائيلية) التي تبحث عن أية فرصة ممكنة لاستخدامها، وفي ظل التقدم التكنولوجي ما تزال آلة الدعاية عن طريق المواقع الإسرائيلية، وها هو أولمرت في ذكرى الهولوكوست يطلب من الشباب اليهودي استخدام المدونات لتحقيق الأهداف لمحاربة اللاسامية لثقته بقدرة هذهِ الوسائل ونجاحها[3].

إن المدونات في الوطن العربي يستخدمها الشباب في غالبيتها العظمى، وآراؤهم

---

(١) يمكن الاطلاع الاستزادة أكثر على الموقع، Arabic Media Internet Network

(٢) موضوع في جريدة دار الحياة الالكترونية، عيون وآذان حطمت القيود www.daralhayat.com 2008/1/23.

(٣) يمكن الاطلاع الاستزادة أكثر على الموقع Just another weblog.

لا تعكس بدقة الوضع العربي العام، وإن العالم الخارجي لا يعرف من مدونات العرب إلا تلك التي تستخدم اللغة الإنكليزية، وإن الشباب العربي الناطقين بالإنكليزية لا يمثلون غالبية الشارع العربي الذي نتحدث عنه ونراه. مما وسع المجال لمتطرفين عرب ومنظمات إرهابية من نوع تنظيم القاعدة وجماعات دينية تتحرك عكس التيار الإسلامي الإصلاحي، أدركت هذه الجماعة في وقت مبكر أهمية الانترنيت، واستخدمتها لترويج أفكارها الهدامة، ومن هذهِ السبل استخدمت المدونات، وتشجع أعضاءها الى اللجوء إليها خصوصاً أنها مجانية والسرية فيها مضمونة.

المدونات والدعاية السياسية:

تعد أغلب المدونات المصرية في طابعها العام مدونات دعائية سواء لكاتبها أو للتيارات السياسية التي يدافعون عن أفكارها، ويتجلى ذلك في لغة الخطاب ووحدة الكلمة حول موضوع انتقاداتهم للسلطة هناك، وينطبق الحال على استخدام الانترنيت في الدعاية الانتخابية في الولايات المتحدة فقد وجد المرشحون للرئاسة الأمريكية ضالتهم هذا العام في المدونات ومواقع التعارف والمواقع الاجتماعية مثل Face Book وMy Space والتي تشهد إقبالاً كبيراً من فئات المجتمع المختلفة سواء اجتماعية ثقافية سياسية أم حتى عمرية، وإن كان أكثرهم من الشباب، ولذلك أصبح الجميع متواجداً على المواقع ولينكدان my space.com الأشهر ماي سبيس الاجتماعية ولم يعد هناك لقب facebook.com وفي سبوك وlinkedln.com بالتواجد على الشبكة (والمرشح الالكتروني) الذي يتميز دون غيره، وأصبح الجميع حاضراً ومتفاعلاً ونشيطاً ومنظماً Social Networking بعد أن كانت مواقع التعارف الاجتماعية أو في الانتخابات السابقة على or ket وfriendster وGroups في عام ٢٠٠٤ وتأتي من هذهِ الحملات سبيس وفي سبوك وماي ليشهد الجمهور

المستهدف من المواقع ملايين المتصفحين نقلة كبيرة في العدد ويتردد عليها الأشخاص[١].

وكان التنافس القوي والشديد بين مرشحي الحزب الديمقراطي باراك أوباما وهيلاري كلينتون على أشده عندما أعد كل خصم منهما للآخر عدة مواقع مشهورة للفضح والنيل من الآخر، والتواصل مع الناخبين، وأظهرت الانتخابات الأمريكية لعام ٢٠٠٨م ،أن هيلاري خصصت موقعين الأول لتصوير فعالياتها wotingpresident.com والآخر هو votingpresident.org ووصفت فيه خصمها أوباما في دعايتها الانتخابية بأنه جبان الحزب الديمقراطي في الانتخابات الرئيسية[٢].

فيما خصص أوباما عدداً من المواقع الالكترونية ووظف عدداً من المدونات إضافة إلى إعداد مدونة باللغة العبرية لكسب أصوات اللوبي الصهيوني في أمريكا والتقرب من الساسة الإسرائيليين فيها، وجهز فريقاً لتغطية نشاطاته عبر عدد من هذهِ المواقع ومنها شبكة Politicker للمرشحين، ونظم مناظرات سياسية مع المرشحين الآخرين المختلفين حول قضايا الصحة والتعليم والاقتصاد والعراق والحرب على الإرهاب ونظم هذهِ الحملة شركة ياهو Yahoo[٣].

وبهذا الخصوص يقول Garrett. M. Graff كراف جارت[٤] وهو أول مدون للمرشح الديمقراطي لتغطية نشاطات البيت الأبيض في كتابه الذي يرصد الدعاية الالكترونية وتأثير الانترنيت على الحياة السياسية الأمريكية.

---

(١) يمكن الاطلاع والاستزادة أكثر على الموقع

www.hrinfo.org/egrptledi/2008/pro408-4shtml

(٢) حنان سليمان، الانترنيت والدعاية، مصدر سابق.

(٣) الدعاية الانتخابية والانترنيت، مصدر سابق، ٢٢/ ٢/ ٢٠٠٨.

(٤) يمكن الاطلاع الاستزادة أكثر على الموقع، انتخاب كوم www.saudielection.com

إن انتخابات ٢٠٠٨ ستكون أول انتخابات تدخل فيها التكنولوجيا ليس كجماعات أو وسيط أو رسائل، بل كان الاتصال بالناخبين كأفراد للكسب دوماً وهو هدف يسعى المرشحون للوصول إليه، لأن الطريقة الوحيدة للناخبين هي مقابلتهم وجهاً لوجه، وكلما اقترب موعد السباق للبيت الأبيض فإن من المتوقع أن تشتد الحروب الالكترونية والدعاية بين الأطراف المتنافسة لتكون أكثر ضراوة مما هو موجود في الواقع في التجمعات الانتخابية.. وفي المناظرات.. وعلى الأرض في محاولة لاستمالة الأقليات وقوى الضغط.. ومن الرؤى السياسات على وضع المنافسة الالكترونية لتزداد حسب قوة المعركة الانتخابية[1].

وإن الدعاية في المدونات أصبحت ظاهرة عالمية بعد أن دخل الانترنيت في حياة الأُسرة والعمل، وأصبح الوسيلة العصرية للتعبير عن الذات وقضاء حاجات الناس وتسيير أمور الدولة والمجتمع عموماً، مثل المدونة الشخصية للرئيس الإيراني محمود أحمد نجاد وهي بعدة لغات من ضمنها اللغة العربية.. والمدونة جميلة التصميم وسهلة التصفح مع وجود بعض الأخطاء الإملائية التي تكررت في أكثر من موضوع، وهي فرصة يوفرها الرئيس للتواصل مع شعبه، ويرد فيها على الملاحظات التي ترده من المواطنين ويكتب فيها عن أفكاره ومشاريعه ويدافع عن اتهامات الغرب للمشروع النووي الإيراني[2].

ومع انتشار المدونات العربية في شتى المجالات فإن المستقبل القريب سيحمل لنا موجة جديدة من المدونات يكتب فيها المسؤولون والقادة والمشاهير بشكل

---

(١) هوارد دين أول مسؤول للموقع الالكتروني Garrett. M. Graff وأول مدون للمرشح الديمقراطي لتغطية نشاطات البيت الأبيض وهو أُستاذ ألف كتاب بعنوان Globalization, the web and the Race.

(٢) مدونة الرئيس الإيراني محمود أحمد نجاد. Official Blog - Ahmadinejad - The Mahmoud Tehran, Islamic Republic ...

عام، وإن مدونة الرئيس الإيراني تمثل الاتجاه الجديد إضافة إلى مدونات لمقدمي برامج الفضائيات ومنهم في قناة الجزيرة أمثال أحمد منصور وزميله فيصل القاسم وغيرهم. إضافة إلى مدونات متميزة تبنتها قيادة محافظة حضرموت اليمنية[1] وتبعها إنشاء موقع الكتروني لكل إدارة حكومية في العراق والخليج العربي والعديد من الدول العربية، وهي خطوات جادة ومتفاعلة مع الجمهور، وإعلام ودعاية لاستراتيجيات وأفكار القائمين على هذهِ المؤسسات، وفي العراق أدت الدعاية عبر الانترنيت دوراً كبيراً في تعريف الجمهور بفعاليات ونشاطات المؤسسات الحكومية وإرشادهم إلى السبل الصحيحة للتقديم للجامعات، والاعتراض على نتائج الامتحانات البكالوريا والعقود التي تبنتها وتطرحها وزارات النفط والتجارة وغيرها من الوزارات للجمهور[2].

وإن توظيف تكنولوجيا الاتصال باستخدام التقنيات والأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي تسعى لتوظيف ومعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله بعملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي والتي تجمع بها المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة، ثم تخزين هذهِ البيانات والمعلومات ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذهِ المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين سواء كانت مسموعة أم مرئية أم مطبوعة أم رقمية ونقلها من مكان إلى آخر وتبادلها، ومن هنا يسعى إليه القائمون على المواقع سواء كانوا أشخاصاً أم مؤسسات رسمية أم شبه رسمية أم خاصة إلى توظيف هذهِ الوسيلة لتعريف المتصفحين بأنفسهم ونشاطاتهم والدعاية والترويج لفكرهم أو منتوجهم بشكل علمي مدروس يسهم بإقناع المتلقي والتفاعل معه.

---

(١) مدونة محافظة حضرموت.amalhdrmout.blogspot.com

(٢) يمكن الاطلاع الاستزادة أكثر على الموقع ،مواقع الوزارات العراقية.

استخدام الدعاية في المدونات العربية:

أصبح المدونون العرب بعد اتساع نشاط الانترنيت إحدى القوى المؤثرة في الشارع العربي وخاصة في مصر والمغرب العربي لدورهم الفاعل في صنع القرار الشعبي، بل هناك شباب نالوا على ظهورهم الكثير من الهراوات من رجال أمن الدولة هناك، ومنهم من وضع تحت الاحتجاز أو أُحيل للمحاكمات، وإن جزءاً كبيراً من المدونين المصريين هم في الأصل فاعلون نشيطون في جمعيات ومنظمات حقوق الإنسان والمجتمع المدني[1]، ويتناول نسبة من المدونين في مدوناتهم مواضيع ذات طابع سياسي، وهم شباب لم يجدوا فرصة للنشر في الصحف في بلدانهم فلجؤوا إلى المدونات، والفئة الثانية هم صحفيون محترفون ضاقت بهم حدود الرقابة في مؤسساتهم فلجؤوا هم كذلك إلى المدونات، والدافع لذلك هو إدراكهم للأهمية المستقبلية للمدونات والتدوين في العالم عامة والوطن العربي خاصة، وبسعي دؤوب ومتواصل لإحداث شرخ في سيطرة الدولة على الإعلام إضافة إلى رغبتهم في التغيير وتوعية المواطنين ورغبتهم في نشر الحقيقة كما هي إضافة إلى أن هناك رغبات ذاتية لكل مدون[2].

وتتنوع الموضوعات التي تتناولها المدونات العربية ما بين السياسة والثقافة والفلسفة والفن والأدب والدين والإعلام والتقنية والرياضة والمذكرات الشخصية والأشعار وأحياناً الطرائف والنكات إضافة إلى تنوع أسماء المدونات للتعبير عن حالة أصحابها فغالباً ما يسمى المدون مدونته باسم وهمي أو كوميدي أو سياسي ساخر، أو قد يسميها باسم يعبر عن حالات الفساد أو الإحباط السياسي أو

---

(١) يمكن الاطلاع الاستزادة أكثر على الموقع

http://www.mshjiouij.comltagt2K8%AA41712008

(٢) مدون محمد سعيد احجيوج،مصدر سابق.

الاجتماعي الذي يرغب في تناوله، وبعيداً عما يريد فيه[1].

كما وتسهم بعض المدونات في استقطاب الأقلام الشابة وجمع كتاباتها على شكل كتاب على الانترنيت ضمن إصدارات المدونة، ومنها مدونات دار الشروق التي تضم العديد من الكتب التي تسهم في الدعاية لها والترويج وتحميلها بمجرد النقر على كود التحميل، إضافة إلى العديد من الإصدارات لكتب عربية ومترجمة وتسعى هذهِ المدونة لاستقطاب العديد من المدونات وتشكيل روابط أو تجمعات فيما بينهم للترويج للكتاب والدعاية لدار النشر عن طريق استخدام المدونات المضيفة وزوارهما، وتعميق هذهِ التجربة فيما بينهم، وإعطاء المدونين الحرية في ترشيح الكتب التي تسهم في تثقيف المتصفح على الانترنيت، ومن وجهة نظر صاحب المدونة مختار العزيزي إن عملية ترشيح الكتب في عالم التدوين العربي تؤثر بلا شك في رواد كتاب ما ولكن أن يقوم المدون بترشيح الكتاب[2]، وكأن الكتاب نفسه معروض في صحيفة أو مجلة، ولهذا فإن عامل الثقة في تقييمات المدون عامل مؤثر إضافة إلى ترشيح المدون الكتب لزوار مدونته.

وتعد مدونات الخليج العربي الأقل رواجاً بينما تعد المدونات الأكثر رواجاً بين العراق مروراً ببلاد الشام ومصر وليبيا والجزائر والمغرب ويقدر عدد المدونات في الوطن العربي بما لا يزيد على نصف مليون مدونة يكون فيها مواضيع جديدة على الأقل مرة بالشهر ويطلق على مدونات المغرب ومصر والعراق والجزائر وليبيا وسوريا بالمدونات الجاذبة للقراء[3].

---

(١) محمد جمال عرفة "البلوجزر" قنابل سياسية ومنتديات اجتماعية، المجتمع مجلة المسلمين في أنحاء العالم ١٥/ ١٠/ ٢٠٠٦ http://www.almujtamujtamaa-mag.com

(٢) يمكن الاطلاع الاستزادة أكثر على الموقع مختار العزيزي unbralnwasher،.

(٣) مصطفى سالم، باحث في الرابطة العربية للثقافة والفكر والأدب بدبي،موقع مكتوب.

ويواكب المدونون العرب الأحداث السياسية والاجتماعية والثقافية في بلدانهم، ويتفاعلون معها، ويبدون آراءهم إزاء كل حدث مما عمق التواصل فيما بينهم، وتجلى ذلك في الحملة الدعائية الكبيرة التي نظمها المدونون في مطلع العام ٢٠٠٨م للتهيئة للإضراب السادس من نيسان ضد الغلاء وممارسات السلطة هناك، وحشدت هذهِ الدعاية الرأي العام المحلي، وانعكس ذلك على المستوى العربي والعالمي، ويعد هذا الحدث من أكبر الفعاليات لدور المدونات في الدعاية للقائمين فيها ضد السلطة، مما حفزهم لإعداد وتنفيذ إضراب سلمي بعد أن واجه المدونون في الإضراب الأول الضرب والاعتقال والمحاكمة، وكان الإضراب الثاني لمناسبة ميلاد الرئيس المصري في الرابع من مايس في العام الحالي ٢٠٠٨م تم في هذهِ الحملة الدعائية ضد الرئيس والسلطة وضع لافتات وأعلام سود والاعتصام في المنازل مما كان له دور فعال في السلطة علماً أن الإضراب الأول في السادس من نيسان حقق مطالبهم، وفعلاً أصدرت السلطة عدداً من القرارات في الحد من غلاء المعيشة وتوفير الخبز بأسعار مدعومة وزيادة رواتب الموظفين والعاملين بنسبة ٣٥٪[١].

وكذلك فعل المدونون المغاربة وتجسد ذلك في التأييد الذي أظهره في فوز الإسلاميين في الانتخابات ومواضيع تفكيك طلبة أنصار المهدي وإقالة الجنرال بعنيكري، ويتجسد نشاط المدونين في ميولهم نحو الفعل الصحفي والسعي للتغيير ولهم الشجاعة لإبداء آرائهم علانية ولهم الشجاعة للتعامل مع الانترنيت بالوقت الذي يعتبره الكثير من الشباب العربي وحشاً يجب عدم الاقتراب منه[٢].

مع انتشار المدونات انتشرت مدونات خاصة بالمكتبات وهذهِ المدونات سواء كانت شخصية لأصحاب المكتبات أم إعلامية، ومنها مدونة List News وهي

(١) magdy102.Jeeran.com/achive يمكن الاطلاع الاستزادة أكثر على الموقع

(٢) محمد سعيد احجيجو، مصدر سابق http://www.mshjiouij.com/tag

متاحة على موقع www.lisnews.com ومدونات خدمية تسهم في تسهيل الخدمات للمستفيدين من المكتبات ومراكز المعلومات والإجابة على أسئلتهم واستفساراتهم عن استخدام المكتبة أو كيفية البحث في المصادر المرجعية ومنها مدونة Teal Public Reference Questions والمتاحة على موقع بعنوان(١) http://publiberfernce.blogspot.com ومدونات المكتبات Library blogs ويتم إعداد رابط للمدونة على الموقع إضافة إلى إمكانية استضافتها عن طريق خدمة خارجية توفر الوصول إليها مقابل تكلفة مادية ضئيلة أو بغير تكلفة على الإطلاق.

وتسعى مدونات المكتبات من وراء إعدادها إلى ما يأتي(٢):

١- نشر تقارير النشاطات الخاصة بمشروعات معينة في المكتبة.

٢- نشر قائمة الإضافات الحديثة للمكتبة.

٣- الإعلان عن الخدمات الجديدة والترويج لها.

٤- الإشعار عن مواقع الانترنيت المجانية ومراصد البيانات وغيرها من المصادر.

٥- الإعلان عن الدورات التدريبية وبرامج التعليم المستمر.

٦- الأشعار الداخلية بين اختصاصي المكتبة وبعضهم البعض وتبادل الآراء والمعلومات فيما بينهم(٣).

٧- أن تكون المدونة عادة ملحقة بنشرة المكتبة أو بديلاً عنها.

---

(١) عبد الرحمن فراج، المدونات الالكترونية مدونات المكتبات ١٤/ ٧/ ٢٠٠٦.

(٢) شيماء إسماعيل، دراسة عن المدونات المصرية، مصدر سابق

http://www.cybrarians.info/journal/no13/blogs.htm

(٣) عبد الرحمن فراج، مصدر سابق.

٨-تفعيل الاتصال بالمستفيدين والاتصال بالزملاء فيما بينهم من اختصاصي المكتبة[١].

ومع عدم وجود مدونات للمكتبات في الوطن العربي إلا بعدد محدود والمدونات مصدر جديد للمعلومات، ولم تتعرف عليه المكتبات بعد، ولم تتعرف على أهميته في تقديم خدمات المعلومات والترويج لها والتواصل والتفاعل مع المستفيدين من المكتبة، وهناك العديد من مدونات المكتبات في العالم التابعة لأحد مرافق المعلومات وهي تقسم تبعاً لنوع المكتبة فهناك مدونات للمكتبات الجامعية وأُخرى للمكتبات العامة:

مدونات المكتبات الجامعية: وهي موجهة إلى طلبة الكليات وأعضاء هيئة التدريس بالجامعة وتتم إدارتها من قبل متخصصين في مكتبة الجامعة ومنها مدونة جامعة مينسوتا Minnesota والمتاحة على موقع الجامعة بعنوان http://blog.lib.umn.cdu.

مدونات المكتبات العامة: وهذهِ المدونات يتم استضافتها على موقع المكتبة العامة، ويتم إعداد رابط لها على الموقع، ويتم إدارتها من اختصاصي المكتبات والمعلومات في المكتبة، وموجهة للمستفيدين من المكتبة، ومن هذه المدونات مدونة مكتبة بارما العامة Public Library Parma Blog والمتاحة على موقع بعنوان http://pplya.blogspot.com[٢].

وهناك خمسة أدلة تحصر مدونات المكتبات ومدونات المكتبيين وهي: Blog Bib: Select Librarian/ Library Blogs وهي قائمة بأسماء المدونات في مجال المكتبات والمعلومات التامة في الموقع الآتي:

---

(١) يمكن الاطلاع على، موقع http://webjunction.orgldo/Displaycontent?id=767

(٢) عبد الرحمن فراج، مصدر سابق.

وهي عبارة عن http://blog-bib-liblogs.blogspot.com-blogginglibrariss قائمة مرئية وفقاً لنوع المكتبة من قبل Blogwithoutalibrary.net والمتاحة في Librarian Blogs and [(1)]http://www.blogwithoutalibrary.net/?page-id=44 Sites Internet Directory وهي قائمة مرئية مرتبة ترتيباً هجائياً بأسماء مدونات المكتبات ومدونات المكتبيين والذي توافر عليه بيتر سكوت Peter Scott تحت عنوان http://www.libdex.com/weblogs.html والذي رتب فيه المدونات هجائياً تحت أسماء البلدان التي ينتسب إليها محررو المدونات - Rss (sm): Rich Site services- هو دليل يتضمن المدونات كافة في مجال المكتبات والمعلومات حسب فئاتها والمتاح في الموقع[(2)]:

http://www.public.iastate.edul-CyBERSTACKS/RSS.htm

وللوصول لمدونات المكتبات على الانترنيت قام دليلopen Directory Project بإعداد قائمة للمدونات الخاصة بالمكتبات[(3)].

الانترنيت أتاح مجالاً واسعاً ومساحات فسيحة للمدونات الالكترونية لتكون أحد مصادر المعلومات، وهي متاحة لأي شخص في العالم لديه إمكانية الاتصال بالانترنيت، إذ بالإمكان لأي فرد أن يكون ناشراً للمعلومات مع الحرية التامة فيما يبدي من معلومات وآراء، وهو ما يثير جدلاً حول درجة الثقة في المعلومات التي يقدمها المصدر ومن هنا تؤدي الدعاية والقائمون عليها دوراً كبيراً للترويج للأفكار والسلع عبر هذهِ المدونات وتحقيق إجماع أو جذب لفكر معين أو رأي ما

---

(١) شيماء إسماعيل، المدونات المصرية على الشبكة العالمية، مصدر سابق.

(٢) www.public.iastate.edul-CyBERSTACKS/RSS.htmموقع لمدونات مكتبية

(٣) يمكن الاستزادة أكثر بالاطلاع على:

http://domoz.org/Reference/libraries/library-and-information/science/webbloges/organizational-weblogs

أو سلعة أو منتج لتحقيق الترويج له، وهذا يتطلب السعي لوجود معايير وميثاق لأخلاقيات التدوين يتبعها المدونون وفقاً للقواعد المعيارية في إسناد المعلومات إلى أصحابها وغيرها من المعايير التي تحقق المصداقية فيما ينشره هذا المصدر أو ذاك، لأن الملكية الفكرية والإبداع أثمن من أي مالكية مادية مما يدفعنا للمطالبة إلى جعل المدونات تدخل ضمن المصنفات التي يسري عليها قانون حماية الملكية الفكرية، ووضع العقوبات الرادعة التي من شأنها أن تردع كل سارق عن سرقة ثمار عقول المدونين وإبداعاتهم الفكرية[1].

(١) يمكن الاستزادة أكثر على الموقع: Egypt.tadwen.com/?p-19

المبحث الثالث

الإعلان في المدونات

ظهرت المدونات كسجلات فردية ذات اهتمامات شخصية بالأساس، وتوسعت بفعل الأحداث العالمية وسرعة نقلها للحدث بسرعة فائقة عبر الانترنيت، مما جعل لها تأثيراً واضحاً وواسعاً لدى الجمهور في مختلف أنحاء العالم وفي كل مجتمع من المجتمعات فيه، مما دفع الشركات الكبرى ووسائل الإعلام أن تنتبه لها باعتبارها وسيلة إعلانية مباشرة يكون لها تأثيرها النافذ على القدرات الشرائية، وهو ما سيدفع الشركات إلى توظيف مدونين مخضرمين لديها وإنشاء مدوناتها الخاصة، وبعضها اكتفى بشراء حملات إعلانية على المدونات.

إن الاهتمام المتزايد للشركات بالمدونات كوسيط إعلاني دفع بعض المدونين إلى تأسيس تجمعات من المدونات سمي (شبكة المدونات) (Blog Network) من أجل تحقيق أكبر عائد مالي ممكن من الإعلانات التي أصبحت تتدفق من الشركات الأمريكية على المدونات الناجحة وشبكة المدونات[1]،التي هي مجموعة من المدونات متصلة ببعضها، تتخصص كل واحدة في موضوع محدد، ويمكن تشبيه شبكة المدونات بمجلة متعددة الأبواب والأقسام يشرف عليها هيئة تحرير متفرغة، ومصدر الدخل الأساسي لهذهِ الشبكات هو الإعلانات، إلا أن بعض الشبكات الخاصة التابعة لمؤسسات معينة تهتم بالبرنامج المعنوي أكثر من المادي.

وكان دخول شركات النشر التقليدية عالم النشر الالكتروني للسبب نفسه، أي بالاعتماد إلى حد كبير على نجاح وانتشار الاسم التجاري (Brand) عند المستهلك مما يجعل هذا الأمر ممكناً، وهو ما يمكن تسميته بالترويج المتقاطع[2]. أشهر هذهِ

---

(١) يمكن الاطلاع على معلومات أكثر على الموقع

http://www.mshjioj.com/tog//pa ...4L7L2008

(٢) حسام السكري، مستقبل العلاقات بين النشر الالكتروني والإعلام التقليدي في العالم العربي،الكويت بحث على الانترنيت، مجلة العربي الكويتية، ٢/ ٦/ ٢٠٠٧،ص١٣ .

المجتمعات شبكة rules والتي استطاعت مع حداثتها جمع أكثر من ٢٠٠ مدونة وتحقيق سمعة طيبة وسط المدونين[1]، إلا أن هذه المدونات مع كونها صفحات شخصية فإن صاحبها يقوم بتحديثها يومياً بالأخبار أو الآراء أو بمذكراته الشخصية حول أي أمر يريد الكتابة عنه، إضافة إلى أنها وسيلة إعلامية يحررها شخص أم مجموعة صغيرة من الأشخاص أحياناً سواء كانت متخصصة في قضية معينة أو تمثل رصد هذا الشخص لأحداث من حوله، إلا أن المدونات في النهاية هي عمل تجاري بحت، لأن هناك تكلفة مالية في تشغيل المواقع وصيانتها واستضافتها، وإنِ كان البعض ينفق على هذهِ المدونات من ماله الخاص لإيمانه بالرسالة التي يحملها أو لأنها جزء من هواياته [2].

ومع أن المدونات تعتبر مجرد مذكرات شخصية أو أخباراً من رصد شخص ما، فإن هنالك أساليب عديدة تبدأ بالأسلوب المعتاد وهو الإعلان، لأن الإعلان يبحث عن عدد كبير من الجمهور، ولأن المدونات لا تجذب عادةً هذا العدد الضخم من الجماهير، وهناك مئات المدونات الشهيرة التي يزيد عدد زوارها على المئة ألف زائر يومياً، ففكر المعلنون في حل عن طريق وضع المدونات في موقع واحد بحيث يتم وضع الإعلان نفسه على مجموعة كبيرة من المدونات في الوقت نفسه ، وإذا كان الإعلان يشاهد في موقع شخص لفتاة تتحدث عن خلافها مع والديها وصديقاتها قد لا يجذب إلا ٢٠ زائراً يومياً، فإن ألف مدونة شخصية تحت عنوان واحد يعني وجود ٢٠ ألف زائر يومياً على الأقل إذا علمناً أن هناك أكثر من ٧٠ مليون مدونة حول العالم حسب الإحصائية[3]، وفي إطار سعيها الدائم

---

(١) محمد سعيد احجيوج، مدون وكاتب مغربي ، مصدر سابق.

(٢) محمد بكار ،كاتب في جريدة دار الحياة الالكترونية،http://www.daralhayat.com-920/2007

(٣) يمكن الاستزادة أكثر عن طريق موقع تكنوراتي المتخصص بالبحوث الاحصائيةعلى الرابط، http://www.sifry.com/stateftheliveweb/

لتكريس ريادتها في مجال الانترنيت أطلقت Google في تموز ٢٠٠٨م خدمة جديدة تحت مسمى knoll والتي تهدف إلى السماح للهواة لكتابة مقالات متخصصة نظير المشاركة في عائدات الإعلانات عن تلك المقالات، ومشروع Google وفقاً لصحيفة التايمز البريطانية يشجع مستخدمي الانترنيت على كتابة مقالات متخصصة عن أي موضوع بدءاً من صيد السمك حتى العمارة البيزنطية، ولا توجد هناك عملية فحص لما يكتبه المستخدمون مع أن القراء يمكنهم تقييم تلك المقالات على أن يتقاسم كتاب تلك المقالات الإعلانات التي ستقوم كوكلا بوضعها على أعمالهم كما في المدونات الجماعية، ولن يكون للقراء في إمكانهم التعديل في المقالات كما في موسوعة وبيكبيديا[1]، ولكن المقالات الأكثر شعبية ستظهر بشكل أفضل في عمليات البحث التي تمت على الصفحة الرئيسة لموقع knoll وإن هذهِ الخدمة ستكون أقرب ما يكون إلى المدونات وليس القضاء على موسوعة ويكبيديا. وقالت ربيكا جنيفز المحللة في شركة فوز ستر: إن هنالك الكثير من المنافسة في هذا المجال، لأن هناك اهتماماً عاماً كبيراً في إعداد محتوى تلك المواقع، وقد رأينا ذلك عن طريق إنشاء المدونات، ومشيرة إلى أن الفائدة، من هذهِ الخدمة ربما تكون اهتمام الناشرين بالحصول على أموال مقابل مقالاتهم التي يكتبونها، ولن يكون بحاجة لدفع مصاريف لوسيط من أجل المنافسة على المواقع الخاصة بالخبراء المتخصصين بالموضوعات، لأنهم سيعتمدون على موقع Google لكي يعلنوا عن أعمالهم [2].

إن فكرة المشروعات الجماعية المفتوحة من الممكن أن تحل محل أعمال الأشخاص المحترفين وهذا الذي دفع مشروع موسوعة ويكبيديا سريعاً كي يصبح

---

(١) إيلاف الالكترونية، موضوع للكاتب محمد حامد، خدمة جديدة لكتاب المقالات، ٢٧/ ٧/ ٢٠٠٨
http://www.elaph.com/Elaphweb/webfrom/printerfriendly

(٢) يمكن الاطلاع على معلومات أكثر على الموقع، كومسكور http://www.comscore.com

أكثر الموسوعات شعبية على الانترنيت، ويعد في الغالب كمرجع من المراجع العلمية ولكنه تعرض مؤخراً لتحدٍّ من قبل أولئك الذين يعارضون نموه، وتزايد قوة الخبراء الهواة وفي تشرين الثاني من عام ٢٠٠٧م أطلق أحد مؤسسي موقع موسوعة ويكبيديا لاري سانفر خدمة منافسة على موقع يسمى citizendium القائم على تجميع مواده التحريرية بواسطة الجمهور وسيتم إعادة تقييمها وصياغتها بواسطة خبراء متخصصين(١).

وهناك مواقع تسعى لدعم المدونات وتسهيل إضافة خدمات لها لخدمة الإعلانات ومنها موقع Blogger.com الذي سهل لإضافة القنوات إلى المدون Adsense لعنصر صفحة القطعة، وبهذهِ يسمح للمؤلف ومشرفي المواقع بسهولة إضافة صور Adsense الوحدات الإعلانية للمدونة في صفحات المحتوى من أجل كسب دخل إضافي عن طريق عرض الإعلانات ذات الصلة عن طريق استخدام عنصر صفحة Adsense المعروف باسم widge المدون في القالب (٢).

وAdsense هي قناة مخصصة وهي سمة من السمات التي تستخدم لتتبع الأداء الإعلاني عن طريق السماح للمستخدمين للاطلاع على تقارير مفصلة عن أداء الإيرادات وإحصاءات الصفحات المحددة أو الوحدات الإعلانية المسلمة مع هذهِ البيانات، ويمكن ذلك عن طريق المدونين مثل الإعلان في وحدات منفردة لتحسين لأداء Adsense ومن خلال رقم تعريف الناشر مثل كاليفورنيا- خانة- (٧٠٤٢٠٨٧١٨١٧٥٧١٤٨) وبعد توقيع المدون وربط المستخدم لحساب Adsense صور مع هذا الناشر يتم وضع شفرة الإعلان في قالب المدونة والأعداد الأُخرى يمكن أن تشكل وحدة إعلانية الشكل والألوان ومع أي مجموعة خيارات لتقدم

---

(١) جريدة إيلاف ، http://www.elaph.com/elaphweb/technology/2008/7/3.htm

(٢) موقع الحياة الرقمية/www.mydigitallife.info/2008/07/04/ -and-registration-key/ar

تقارير Adsense المخصص للقناة وحدة إعلانية[1].

وتستقبل الشركات الإعلانية المدونات التي تقدر بظهور ١٠٠ ألف مدونة جديدة كل يوم تقريباً على الشبكة، وتتفاوت كل مدونة عن أُخرى في محتوياتها وهذا التزايد يتجه لجني الأموال بعرضه الإعلانات والمواد الترويجية، وهذهِ المدونات تمتلئ على الانترنيت بأخبار الممثلين والممثلات والمشاهير والساسة وأهم قضايا الساعة وأحدث المنتجات والأجهزة التكنولوجية، إلا أن هنري كوبلاند مؤسس موقع Blogads يقوم بربط المشرفين على المدونات بالإعلانات ويشير النجاح الذي حققه البعض منها إلى إثارة الآخرين والذي يقود إلى تحقيق الأرباح لأصحابها.

وتعتبر مدونة بيريز هلتون Perez Hilton كمثال على ذلك ،اسمها اسم فتاة بالمجتمع الشهير باريس هلتون، حققت شهرة بعد أن أصبحت تستقبل ١٠٠ مليون زيارة شهرياً وتتناول هذهِ المدونة الأخبار الاجتماعية أي أخبار القيل والقال والتي تأسست في أواسط عام ٢٠٠٦م ولذلك فإن الإعلانات الدعائية عليها ستكون مربحة وهذا يجتذب الكثيرين اليوم للدخول إلى ميدان المدونات المربحة[2].

وقد ازدادت نسبة الدخل من الإعلانات على المدونات من مجموع مدخولات الإعلانات الالكترونية على الانترنيت ووصلت إلى ٣٦ مليون دولار وفق تقديرات شركة بي كايو ميديا للاستشارات في ولاية كونيكتكات لنهاية عام ٢٠٠٦م ويتوقع أن تزداد إلى ٢٠٠ مليون دولار بحلول عام ٢٠١٠م[3].

---

(١) موقع، الحياة الرقمية، مصدر سابق.

(٢) يمكن الاستزادة أكثر، بالاطلاع على الموقع http://www.elhanem.com

(٣)يمكن الاستزادة أكثر، بالاطلاع على الموقع:

lhttp://www.elmasoudy.com/weblog/2008/07

وإن هنالك مدونات تسعى للدعاية لكوكل Google عن طريق تقديم عروض للإعلانات ودعم مادي للمدونين عن طريق طرح كابونات بقيمة ٥٠ دولاراً أريكياًمجانية لاستخدامها كرصيد للبدء في الإعلانات عن طريق كوكل أدووردس وهذا المبلغ يكون صالحاً لمن يقوم بالتسجيل في كوكل أدووردس من قبل الكثير يبيع هذهِ الكوبونات سيحصل عليها مجاناً، ويكون التسجيل عن طريق الرابط sign up for Adwords[١]، وهذا الرابط الدعائي خاص بهذهِ المدونة والتسجيل عن طريقها وأن Adwords Google يطلب بطاقة ائتمان صالحة لغرض فرض رسوم للتفصيل ودولارات، وهذا الإجراء يستفيدمنه المعلن في Face book كذلك ومن هذهِ الكابونات.

ويعتبر Face book وسيلة تواصل اجتماعية مهمة على المستوى التسويقي كونه وسيلة مهمة للوصول إلى شرائح مستهدفة للإعلان عن موقع المدونة وأي موقع آخر ويتيح face book استهداف مناطق معينة لظهور الإعلان وتحديد اهتمامات الأعضاء ممن سيظهر لهم إعلان صاحب المدونة، وكذلك تحديد أعمارهم وأشياء أُخرى مفيدة جداً للمعلن إضافة إلى أنه يتيح الدفع للمبالغ مقابل الظهور أو الدفع لكل فترة إعلان وهو خيار أفضل للمدون أو صاحب الموقع[٢]. وتوفر هذهِ المدونة عن طريق الإعلان في ألفيس بوك face book للراغبين بتجربة إعلانية والتحقق من مدى فائدتها وفاعليتها للمعلن دعماً عن طريق كابونات مجانية بقيمة ٥٠ دولاراً أمريكياً وعلى ثلاث دفعات ولكل دفعة ٥٠دولاراً أمريكياً، ويكون هناك تحفيز بمقدار ١٥٠ دولاراً مجانية على شكل كابونات، ويتم الحصول على المئة دولار الأُخرى عن طريق الاشتراك في Network Visa Business والرابط Face book Application ومجموع هذهِ الكابونات كالإعلانات مجانية لـface book بقيمة

---

(١) موقع، محمود المسعودي،المصدر السابق.

(٢) يمكن الاطلاع أكثر على الموقع،موضوع الدعاية والإعلان، Arabic Media Internet Network

٢٥٠ دولاراً مجانية مع شرط عدم الإعلان أو التمكن من الإعلان في الفيس بوك بدون بطاقة ائتمانية (كريدت كارت) وحتى باستخدام هذهِ الكابونات[١].

وحرب الإعلانات على الانترنيت تستخدم فيه أشكال الإغراء كافة للمتصفحين لجذبهم إلى المواقع وتتوجه لكسب المزيد من أصحاب المواقع لمكتب شركة Opera عن إزالة الإعلانات عن النسخة المجانية من البرنامج بعد أن كانت الطريقة الوحيدة لإزالة الإعلانات هي شراء النسخة الكاملة وتسعى الشركة بذلك للاستفادة من موجة التوجه نحو المتصفحات البديلة عن Internet Explorer والتي بدأت Mozilla مع متصفحيها Fire Fox ويتميز متصفح Opera بعدة أمور أهمها سرعته وصغر حجمه مع أنه مجرد متصفح، فهو يضم مزايا أُخرى منها قارئ الأخبار وبرنامج للبريد الالكتروني وغير ذلك، إضافة إلى أن الصفحة الرئيسية للموقع تحتوي على زر لتنزيل المتصفح مباشرة[٢].

أهمية المدونات في الجذب الإعلاني:

نجح المدون عبر الانترنيت في التخلص من قيود تلتزم بها المؤسسات الصحفية ليتسرب عبر آلاف التعليقات العشوائية التي يضعونها على الانترنيت خبر من هنا وآخر من هناك ويتحول إلى فضيحة، ويقلب أحياناً موازين كثيرة، ولاحظ متابعوا الإعلام في الولايات المتحدة إلى أن المدونات والمدونين كان لهم هناك الفضل الأكبر في نقل حقيقة ما يجري في العراق خلافاً لبعض المؤسسات الإعلامية التي اتفقت على وضع صورة نمطية للحرب[٣]، وتخطت حاجز الرقيب الذي أصبح عاجزاً عن ابتكار سبل لإحكام الطوق حول تلك الوسائط العابرة للقارات وهذهِ

---

(١) شبكة الانترنيت للإعلان العربي، مصدر سابق Arabic Media Internet Network.

(٢) أحمد الهاشمي ،موقع على الانترنيت.www.ahmadh.com/weblog

(٣) جريدة دار الحياة،يمكن الاطلاع على موقع http://www.daralhayat.com-415/2008

الوسائط هي نتاج مهنيين محترفين يغلب عليهم طابع الهواة ومما أطلق عليهم اسم (الصحافيين الشعبيين) أو الصحافيين المواطنين والمدونة أطلق عليها اسم الصحافة الشعبية مما زاد من شعبيتها وتوسع آفاق التفاعل العالمي معها وجذب المعلنين والشركات إليها. بعد أن تخطت الحواجز أمام إيصال المعلومة إلى المتلقي بفعل توافر التكنولوجيا الحديثة.

وتكمن أهمية المدونات عن طريق:

١- سهلة النشر.

٢- سهلة البحث (وتحتل مرئيات عليا عند البحث في أي محرك حي، وخصوصاً في Google).

٣- تشمل أموراً اجتماعية.

٤- تفاعلية[1].

٥- تشجع على طرح الأمور الشخصية.

٦- تشجع على منافسة زوار المدونات[2].

٧- سريعة في نقل الحدث وتفاصيله وإضافة الصورة والعيون والفيديو أحياناً.

وتعد المدونات نوعاً من الصحافة الالكترونية البديلة، وتتميز بدرجة الحرية والتنوع والقدرة على متابعة الحدث وتغطيته ونشر آخر مستخدمي المدونة، وتعد تفاعلية القراء مع الثورة الرقمية عن طريق قدرة القراء على المشاركة في صنع الخبر بالتعليق عليه والمناقشة بين المشرفين على الموقع وبين القراء أنفسهم والذي يعد من أهم ما يميز هذهِ المدونات ويعتبرها ضمن الصحافة البديلة والتي تسهم

---

(١) يمكن الاستزادة بالاطلاع على، http://www.sayiduty.net/printnews.sap?newsID،

(٢) إسلام أون لاين http://ia360915.us.auechive.org/2/item.amL004/khatemamt

في الانتقال من الاتصال إلى التواصل مما تعطي للقارئ دوراً أكبر وينعدم فيها الفرق بين القارئ والكاتب ويتوارى دور الناشر[١].

وتكمن غايتها عن طريق[٢]:

١- خلق اتصال مباشر مع أفكار الأشخاص المهمة في المجالات المشتركة وكلماتها الأصلية دون تغيير أو تحريف.

٢- الوصول السريع إلى المعلومات التي تحتاجها دون الحاجة إلى البحث عن مواقع مختلفة[٣].

٣- المدونة الشخصية الواحدة تشمل آراءً متعددة (قد تصل إلى الآلاف) لأشخاص مختلفين مما يثري المعلومات المتوفرة في الموقع.

٤- أصبحت المدونات الشخصية وسيلة الاتصال في مجال الإعلام وأصبحت العملية أكثر تفاعلية وديناميكية.

وكل مدونة وما يكتب فيها من تدوينات تحصل على الرابط payperpost وهي خدمة تسويقية جديدة للمدونين بمرور الزمن ومنها للوصول إلى تدوينة التي نكتبها بعنوان التدوينات يكون هذا الرابط لا يتغير http://www.redman4u.com/2007/11/21/payperpost عن طريق الأرشيف وهو مصنف يخزن في المدونة بهذا الشكل ويقوم الزائر للمدونة بمتابعتها وقراءتها من الذي أختاره للمدونة ويمكن للزائر أن يرتب ترتيباً زمنياً أو عن طريق

---

(١) يمكن الاستزادة أكثر بالاطلاع على موقع ، المصدر سابق.

(٢) http://www.salif.net/softs/swallf موقع،عربي، مختص بشؤون الكمبيوتر والتقنية والإنترنت.

(٣) يمكن الاستزادة أكثر بالاطلاع على موقع،2008/6/27

www.redman4u.com+Redman+blog

التصنيفات وهي مرئية حسب التصنيف.

ويتم اختيار نوعية القراء أو بلدهم أو اهتماماتهم عن طريق قاعدة البيانات عبر شبكة الانترنيت على خلاف وسائل الإعلان التي يشاهدها الجميع، لأن دار نشر معينة إن أرادت أن تزيد انتشار كتابها الجديد عن طريق الوسائل الإعلانية المعتادة تكلفها مبالغ باهظة وربما تكون غير مناسبة لنوعية المستخدمين، فلا يتوقع أبداً أن يعلن ناشر ما عن أحد كتبه في التلفزيون مثلاً لأن المشاهد في الأغلب لن يكون من هواة القراءة أصلاً، ولكن على الانترنيت قد تجد أن الوسيلة الأنسب من حيث النوعية والتكلفة لم تكن متاحة حتى الآن بينما كان الناشرون عادة ما يكتفون بمجرد قصاصة أو إعلان صغير في الصحف[1].

الانترنيت يعد من أنجح الوسائل للإعلان لأن المعلن يدفع فقط مقابل المهتمين بإعلانه لأنه على علم بعدد من شاهدوا الإعلان واهتموا به فعلاً، إضافة إلى تجاوز قيود نشر الإعلان للمنتج أو الفكر أو الرأي أو السلعة خارج حدود البلاد التي يعيش فيها المعلن، وسهولة مراسلة أي بلد بكل سهولة لكي يضمن الانتشار الأكيد والتحكم بالإعلان بالمنطقة التي يريدها المعلن بكل سهولة[2]، فلهذا نقول إن الإعلان فن يتطور تطوراً ذاتياً بالتطور التقني الذي نصل إليه فمع التطور الذي أحدثته الحواسب الآلية في عالمنا اليوم انعكس بدوره على عالم الإعلان والدعاية فأصبح في تصميم الإعلانات وإخراجها من التطور والجاذبية الشيء الكثير.

وهناك طرفان أساسيان في العملية الإعلانية، الأولى وكالات وشركات الإعلان

---

(١) يمكن الاستزادة أكثر بالاطلاع على موقع،موضوع تبادل الإعلانات بين المدونات
aalamsalma.blogspot.com/2007/07/blog

(٢) فاربي،فن الإعلان،ت: عبد الحكم الخزامي،المصدر السابق ،ص١٤٤.

وهي المنتج للإعلان على اختلاف أنواعها، ووسائل الإعلام وأبرزها الصحف والمجلات وقنوات التلفزيون والإذاعة، وهذهِ ليست أطرافاً للعملية الإعلانية بل هي وسائط لها، والثانية هي وكالات الإعلان وهي الشركات المسؤولة عن القيام بالأنشطة الإعلانية نيابة عن الشركات والمؤسسات في وسائل الإعلام المختلفة من طباعة ونشر وإذاعة وتلفاز وانترنيت[1].

وتقوم وكالات الإعلان بتصميم الإعلانات الخاصة بالشركات والمؤسسات من الشعارات والعلامات المميزة وحتى التغليف الذي يخرج بها المنتج للجمهور وتعديل شكله إن لزم الأمر في بعض الأحيان وتصميم شكل وكثافة واتجاه الحملات والإعلانية الموجهة[2]، كما تعمل الوكالة على حجز المساحات الإعلانية في الجرائد والمجلات والتلفاز ووسائل الإعلام الأُخرى لصالح الشركات لقاء نسبة من سعر المساحة الأصلي تصل إلى ١٤٪ وهذهِ النسبة هي فرق البيع أو الخصم الذي تحصل عليه الوكالة من ثمن المساحة الإعلانية الأصلي، وتقوم وكالات الإعلان بشراء بعض المساحات في وسائل الإعلام، وتكون صاحبة الامتياز للتصرف كيف تشاء بعيداً عن تصرف الجريدة أو المجلة أو غيرها، إضافة إلى تنظيم المناسبات الخاصة بالشركات من معارض وغيرها وتقديم الخدمات الاستشارية فيما يتعلق باتجاه وحجم النشاط الإعلاني لمؤسسة ما، من أجل تقديم خدمات استشارية وتهدف الحملات الإعلانية إلى التعريف بالمنتجات والخدمات الجديدة أو القائمة بالفعل وتعزيز صورة الشركات والمؤسسات في أذهان المجتمع، وزيادة المبيعات يعد الهدف النهائي[3]، ومن أجل الدخول لسوق جديدة يلزم الكثير من التمهيد والإعلان وتقديم منتج جديد وإعطاء دفعة لتنشيط منتج موجود بالفعل في السوق عند

---

(١) فاربي، مصدر سابق ،ص١١١.

(٢) فاربي، ،المصدر نفسه ،ص١١٩

(٣) منى حديدي، مصدر سابق ص٢٨.

دخول منافسين جدد فيه من المجال نفسه، ويقوم بالإعلان وكالات الإعلان المستقلة وأقسام الإعلان بالشركات الكبرى والمؤسسات وأقسام العلاقات العامة في هذهِ الشركات والمؤسسات، إضافة إلى مؤسسات الجرائد والمجلات ودور النشر والمكاتب المتخصصة في الإعلان[1]، ومن هنا تسعى شركات الإعلان إلى استمالة المدونين عن طريق تقديم اللنكات واللاين بجانب المحتوى لتوظيفه في الإعلانات داخل المدونة وهذهِ تكون على شكل حيلة من خلال وضع Adsense في الإعلانات داخل أو بجانب من blogger.com بعد انتهاء الهيئة النمطية حول مضمون الإعلانات، وتقوم بتقديم الإعلانات لتبدو جزءاً من مضمون بالإضافة إلى استخدام الإعلان والمزج بين الألوان التي لا حدود لها إعلانات مدونات عامة وإلى مخطط الألوان ووضع إعلانات Adsense من خلال نقر الإعلانات عن طريق زيادة وتحسين معدل الناشرين للدخل، وإن وضع جانب ذلك Adsense الإعلانات في هذهِ خدعة من قبل المعلن لأنها تظهر كعرض في الصفحة الرئيسية للمدونة أو عندما يكون محتوى الفرد المدون ما بعد الصفحة التي تمت زيارتها[2].

وفي هذهِ الحالة من الإعلان يكون ما يأتي:

١-يكون تسجيل الدخول يضاف على حساب المدون.

٢-المدون في لوحة القيادة عن طريق النقر على الوصلة المدرجة عدادات وراء إدارة المدونة التي تريد لتمكين عرض الإعلانات Adsense بين الوظائف[3].

٣-يضم قالب الإعلان في المدونة (dateipost.body) الواقعة في أعلى المدونة

---

(١) صفوت محمد العالم، مصدر سابق ،ص٢٥

(٢) يمكن الاطلاع اكثر على موقع، بلدي الحياة الرقمية،مص،مصدر سابق.

(٣) يمكن الاطلاع اكثر على موقع 7/ 07/ 22 how- to- warp- adsense- ads- around- and- inline- beside- bogger- postlar

صورة Adsense شفرة الإعلان و(دليل تحليل لغة تأشير النص الفائق ويمكن تقويم الكتلة من اليسار عن طريق التخلص من برنامج جاما سكرين وتعتبر المدونات أو التدوين على الانترنيت من أمتع ما يجده المتصفح وهو يطالع يومياً عدداً من المدونات العربية مع قلة الجذب التجاري الذي يسعى إليه الغربيون في الترويج، ولكن تنشد للاهتمام بتميز في اختيار المواضيع وتسليط الضوء عليها، ولكل مدونة من أي بلد لها نكهتها الخاصة بتراث كل بلد وأعرافه وتقاليده من هذهِ البلدان، ومنها المدونات العراقية التي تتميز بنكهة أُخرى ويغلب عليها توثيق لحياة الناس، ولها مساحات حرة في صميم الواقع الذي يبني حوله الإعلام بكل وسائله، وهو وسيلة لمثقفي العراق بكافة الأعمار للتواصل مع العالم الخارجي ووصف هموم الناس وحياتهم اليومية، بعضها باللغة العربية ولكن أغلبها باللغة الإنكليزية، وبأسلوب أدبي يتماشى والواقع الغربي، وهذهِ المدونات هي في أغلبها أما لعوائل عراقية أو لأشخاص أو حتى مؤسسات أو منظمات، وكل فرد يمتلك مدونة خاصة به يعبر من زاوية وبمنظور جيله ويتابعهم الكثير من المهتمين من مختلف أنحاء العالم، وتعد مدونة (بغداد تحترق) واحدة من المدونات التي أصبحت أكثر شهرة وطبعت ككتاب ونقلت بعض الأحداث التي مرت بها صاحبتها إلى مسارح نيويورك وذاع صيتها وغيرها من خلال الإعلان المجاني الذي لاقته من قبل العديد من المدونات في العالم الذين ضيفوا عنوانها ضمن مدوناتهم، ويتم الدخول إليها من خلالهم مما خلق نوعاً من الدعاية الإعلانية المجانية التي تسهم في نقل أحداث للعالم، وكان الجمهور متعطشاً لمعرفة المزيد بعد أن أحجمت وسائل الإعلام عن ذكرها بكل التفاصيل خدمة لأغراض سياسية[1].

وتعتبر المدونات العربية عموماً مدونات إعلانية لأصحابها للترويج لأفكارهم

---

(١) يمكن الاستزادة أكثر الاطلاع على موقع شبكة الانترنيت للإعلام العربي،على الرابط، internt Arabic Media Network

ومشاريعهم وتعاملاتهم وكتاباتهم، ومن بين الشبكات العربية الإعلامية شبكة أمين، انتونيوز والتي تضم ٥٢٠ مدونة منذ تموز ٢٠٠٧م ومتوقعة زيادة العدد بشكل متواصل وشبه يومي لإقبال أصحاب الملكات الخاصة كالكتاب والصحفيين والاختصاصيين في المجالات المتنوعة على إنشاء مدونات خاصة بهم، ومنها مدونة الصحفي الفلسطيني ملكي سليمان الذي أنشأ ضمن الشبكة مدونة تحمل اسم، باب الحارة الفلسطينية، عرض خلالها عدداً من الإنتاج الفني الفلسطيني والعربي إضافة إلى أخبار فنية، إضافة إلى شروع (شبكة معاً) بتصوير فلم تلفزيوني درامي بعنوان(كفى) يتحدث عن آثار أحداث غزة على المجتمع الفلسطيني في كل مكان وتحديداً في الضفة الغربية، إضافة إلى استثمار جمعية البيوت الصغيرة للثقافة والتنمية مدونة خاصة بها للإعلان عن نشاطها وفعالياتها المختلفة[١].

والمدونات أصبحت بألوان ومذاقات متنوعة أشبه بسوق مفتوحة للأفكار والبضائع والمنتوجات والإنتاج البشري بكافة أشكاله ولكن يمكن تحقيق أهداف المدونات دون تحريض وتحقير وقذف الآخرين وشتمهم واستغلال مساحات الحرية للهدم لا للبناء والتقدم الهادف، إنها مسؤولية كل المدونين وأمانة في أعناقهم في ظل عدم قدرة المواقع الراعية لهم على متابعتهم وغربلة كتاباتهم وأفكارهم، مما دفع المدونين العرب لإنشاء تجمعات واتحادات محلية، إضافة إلى العربية فانبثق اتحاد المدونين المصريين وآخر للحضارة، والقائمة في الدول العربية مستمرة في هذا الاتجاه[٢].

ومن المدونين العرب الذي ذاعت شهرتهم بعد المدونات العراقية التي حققت

---

(1)http://www.amin.org/look/amin/arnin/articleitpl?ldlanguage=17&ld.puplication=78nr arti...

(٢) يمكن الاستزادة بالاطلاع على موضوع المدونات ومواقع التعارف على الرابط الاتي، www.alarabiya.net/views/2007/5/21/html

شهرة عالمية أبان الاحتلال الأمريكي للعراق كمدونة (أين رائد) و(بغداد تحترق) وحققت مدونة وائل عباس المصري الذي تم ترشيحه من قبل وكالة أبناء الشرق الأوسط BBC كأكثر الشخصيات تأثيراً عام ٢٠٠٦ جنباً إلى جنب مع كوفي عنان الأمين العام للأمم المتحدة السابق وللرئيس اللبناني السابق أميل لحود وحمزة يوسف الكاتب النيجيري الحاصل على جائزة نوبل بعد إتقانه للتقنية وإنشاء مدونة عام ٢٠٠٤، واستطاعت مدونته أن تحقق ما لم تحققه غيرها من الصحف والمجلات، وجذبت إليها العديد من متصفحي شبكة الانترنيت لتصبح مثالاً على ما يمكن أن يحققه حماس وجموح شاب لم يلجأ للأساليب التقليدية للبحث عن عمل بعد تخرجه بل أنشأ مدونة مجاناً وحقق شهرة كبيرة[١].

وبعد أن رافقت الحملات الانتخابية على المدونات وخاصة في أمريكا عندما أقدم كل من باراك أوباما وهيلاري كلنتون بإنشاء مدونة لكل منهما دخلت هذهِ المدونات للوطن العربي عن طريق مساهمتها في الحملات الانتخابية النيابية في مصر إلى عالم الانترنيت عامة وإلى المدونات خاصة، وهذا يشكل دلالة على ارتفاع المستوى الثقافي لمرشحي الانتخابات النيابية ودخول الشباب لعالم الانتخابات وعلى اكتساح المدونات لكل مجالات الحياة[٢] ولكل فئات المجتمع الأكاديمية والعملية والثقافية والاجتماعية.

وهنالك ثلاث مشاكل تواجه الإعلان عن طريق المدونات :

الأولى: عدم القدرة على تحديد نوعيات جمهور المدونات مع تنوعهم الأمر الذي يربك المعلن.

الثانية: أن محتوى المدونات متفاوت وأحياناً مسيء للقيم العامة مما يشعر

---

(١) موقع BBC عالم المدونات،موضوع، فرص عمل للشباب الذين يجدون التعامل مع التقنية.

(٢) يمكن الاطلاع على موقع جيران، Jeeran Communty Manger

المعلن بالخطر أن يرتبط اسمه بمدونات لا يعرف بالضبط اتجاهاتها ومحتواها ويخاف على اسم الشركة The Brand من الارتباط بهذا المحتوى[1].

والثالثة: أن الإعلان على المدونات يبدو أمراً معقداً للمعلنين، لأنه يحتاج إلى برامج لمتابعة نتائج الإعلان وفعاليته، وهو الأمر الذي يجعل الإعلان على الانترنيت ضعيفاً حتى مع وجود الملايين من الناس الذين يزورون الشبكة العنكبوتية يومياً، وهذا ما دفع المؤسسات والشركات بتمويل المدونات أو ما يطلق عليها بالمدونات المستترة، وهذهِ المدونات صممت بحيث تبدو وكأنها مدونات شخصية بريئة ولكنها في الحقيقة ممولة تجارياً من مثل شركة ما؛ لأن التمويل التجاري الجيد يضمن للمدونة حملة تسويق وحملة علاقات عامة قوية بينما يضمن للشركة تمرير رسائلها الإعلانية والتجارية إلى الجمهور المستهلك للمدونة.

بدأت كبرى الشركات استخدام هذا الأسلوب في الغرب بالإضافة للأحزاب السياسية والمؤسسات غير الرسمية وحتى المؤسسات الحكومية انعكس على واقعنا العربي، وظهرت العديد من المدونات للشركات والأحزاب والمؤسسات الرسمية والخاصة في الوطن العربي بعد أن أصبح تمويل المدونات هو الأقوى في الغرب، وانتقل سريعاً للوطن العربين وأن معظم قوانين الدول العربية تمنع الإعلان السلبي أي الذي يهاجم الشركة المنافسة مما يجعل المدونات المستترة حلاً مثالياً لشن الحملات على الخصوم والمنافسين وتدمير سمعتهم.

وتُعرف الإعلانات في الوطن العربي على أنها من الإعلانات التي تهدف لتلميح الأشخاص بشكل مباشر، مما يجعل المدونات خير أسلوب لإبراز الأشخاص وصناعة اسمهم، وهذا يجعل المدونات المستترة الملجأ الأول لتحقيق هذهِ

---

(١) يمكن الاستزادة اكثر بالاطلاع على موقع، شبكة الإعلانات العربية .indexarabseyes.com/detail/site

الأهداف، وان تمويل المدونات عبر الحملات المستترة تهدف إلى تدمير استراتيجية مفهوم المدونات نفسها، لأن المدونات اكتسبتْ شعبيتها على أساس أنها تعبير صادق لأشخاص عن أنفسهم خارج التأثير التجاري أو السياسي[1].

فالمنتديات العربية بأنواعها استخدمت بشكل واسع الحملات المستترة وحقق البعض أموالاً طائلة من ورائها، ولم نسمع بأحد توقف عن زيارة المنتديات لهذا السبب، واقترح أحد الباحثين[2]، أن تكون الإعلانات واضحة ومباشرة على يد أصحاب المواقع بحيث تبني علاقة شراكة بين المعلن والمستخدم، يظهر خلالها المستخدم فعلاً، ويقول لأصدقائه إن لديه عقداً مع الشركة المعينة لإخبارهم عن المنتج حتى لا يشعر المستخدم بأنه يعيش أو يستغل أصدقاءه، ولأن الأثر يبقى نفسه تقريباً، لكن هذا الحل السحري لواحدة من أكثر مشكلات الإعلان تجذراً عن طريق زيادة الثقة بالرسالة الإعلانية، والاستفادة من الشبكات الاجتماعية مما يحتاج للكثير من الوقت حتى يصبح أُسلوباً إعلانياً جذاباً للميزانيات الكبيرة؛ لأن الشركات الإعلانية تحتاج الكثير من الوقت حتى تجدد طريقة التسعير المناسبة لهذهِ الإعلانات، وكيف تستفيد منها في توجيه الرسالة الإعلانية، وكيف تعرف أن الرسالة وصلت للجمهور المستهدف فعلاً[3]، وكيف تراقب تحقيق الشخص المتعاقد معه كونه حقق المطلوب منه فعلاً، مع كل هذهِ الأسئلة فهناك قناعة واسعة بأن أسلوب الشبكات الاجتماعية سيكون له موقع متميز ومكان خاص في عالم الإعلان في المستقبل ولهذا السبب بدأ ضخ الميزانيات الضخمة في مواقع الشبكات الاجتماعية.

---

(١) يمكن متابعة موقع شبكة بوابة العرب.Arabsgate،موضوع الإعلان الالكتروني وطرق استخدامه.

(٢) الشرق الأوسط ،جريدة دولية ،٢٧/ ٥/ ٢٠٠٧،العدد ١٠٣٤٦ ،الإعلانات والمنتديات العربية.

(٣) قحطان بدر العبدلي ،الترويج والإعلان مصدر سابق ص٤٦.

وهناك مدونات عربية تستتر وراء أسماء لأشخاص، ولكن المحتوى والمضمون هو لشركات أجنبية أو محركات بحث عالية تسعى للدعاية لها، وجذب الإعلانات لها، ومنها مدونة عالم سلمى[١]، الذي خصص ركناً منها لتبادل الإعلانات بين المدونات وفق شروط ظاهرة لجذب المعلنين وأصحاب المدونات التي تضم إعلانات داخلها، منها أن تكون خالية من الصور غير اللائقة، وأن لا تخالف الشريعة الإسلامية، إضافة إلى استعداد هذهِ المدونة للإعلان في أكثر من مدونة، وهذا نوع بسيط من الدعاية للشركات وترويج للإعلانات وتحقيق أرباح عن طريقها للمدونة والشركة معاً[٢]، وتسهم الشبكات الاجتماعية لمشاركة الناس والتفاعل والكتابة عن طريقها، وتمثل المنتديات بداية الشبكة الثانية، وتطور الأمر بعد ذلك إلى أن وصل إلى المدونات ثم الشبكات الاجتماعية والتي تحقق أرباحها بأسلوب جديد تماماً يختلف عن المدونات والمنتديات[٣]، ومن مواقع هذهِ الشبكات موقع myspace.com وموقع face book.com وفي هذهِ المواقع يقوم الشخص بتأسيس بروفايل (ملف معلومات) لنفسه يتضمن معلومات شخصية عن الأفلام والكتب والمواقع التي يفضلها وغير ذلك من المعلومات، ثم يحدد أصدقاءه الذين يدعوهم لفتح صفحات شخصية، ويقوم بربط تلك الصفحات بصفحته، وكل صديق يقوم بصناعة شبكته الاجتماعية، مما يعني في النهاية أن تكون له شبكة اجتماعية واسعة تضم مئات أو آلاف الأشخاص من الأصدقاء وأصدقاء الأصدقاء وأصدقاء الأصدقاء أصدقاء وهكذا.

---

(١) يمكن الاطلاع على هذا النموذج عن طريق هذا الرابط،

http://aalamsalma.blogspot.com/2007/07/blog-post-.

(٢) للاستزادة يمكن متابعة الموقع،

http://aalamsalma.blogspot.com/2007/07/blog-post-.

(٣) يمكن مشاهدة موقع شبكة الجوارس العربية .www.alijwariss.net/vb/blog.php

ويبدأ التواصل على شبكته وتشاركهم الصور التي لديهم ويتم التحدث معهم وتستفيد منهم في اختيار كتاب أو ملف صوتي أو فيلم وهكذا.

ونمت هذهِ المواقع نمواً بطيئاً إلى أن بدأ موقع my space يسيطر على الساحة عندما أصبح من عداد أكثر عشرة مواقع زيارة في العالم ليبادر إمبراطور الإعلام روبرت مردوخ ويشتري الموقع بـ٦٥ مليون دولار، وحينها بدأت الأضواء تتسلط على مواقع الشبكات الاجتماعية والتي تنامت بشكل سريع جداً، ولكل منها وصفته الخاصة والجمهور الذي يركز عليه، والمميزات الخاصة به، ويطغى على الطابع العربي في هذهِ الشبكات الاجتماعية مواقع مشاركة الصور الشخصية أكثر من التفاعل مع الآخرين لعدة أسباب ومنها اللغة، مع أن face book[١] قطع أشواطاً كبيرة في الوطن العربي ولدى الشباب العربي، مع محاولات الكثير للتقليل من أهميته لارتباطه بالدعاية الصهيونية ضد الشباب العربي، وتبقى المدونات العربية تعكس الهم العربي والتشتت الذي يعيشه أبناؤه، ومنها ما نلاحظه بتهجم مدونة على أُخرى ووصف إعلاناتها بالطريقة الرجعية لكون إعلانها حملاً ومرهقاً حسب وصف هذهِ المدونات، ومنها وصف مدونة itechi Q لمدونة جيران لاستخدامها للإعلانات على طريقة Google وهذا طبعاً ضمن الدعاية والمنافسات بين الشركات والمدونات التي تدعو لهذهِ الشركة أو تلك أو ما نسميها بالمدونات المستترة، فيما تدعو مدونة أخبار عالم ذكي المعلنين للإعلان منها بعد النجاح الذي حققته بالإعلانات وتغطية نفقات السيرفس وتشيد بدعم Google لها وتفتخر بتجربة الإعلان العربي araby وهو كذلك موقع بحث لهذهِ المدونة أو مشتركة فيه[٢]، وتتنافس شركات مالكات محركات البحث باستقطاب المتصفحين ومن خلال الإقبال على محركات البحث تستقبل الشركات الإعلانات لتحقيق أرباح خيالية،

---

(١) للاستزادة يمكن متابعة الموقع --www.blafrancia.com.blogs/3

(٢) للاستزادة يمكن متابعة الموقع، ٢٠/٦/٢٠٠٨ blogs.zakiworld.com/zakiworldblog .

وفي دراسة جديدة أكدت أن محرك Google للبحث انفرد بأكثر من نصف عمليات البحث خلال شهر آب عام ٢٠٠٧، وأن أكثر عمليات البحث تم إجراؤها من آسيا، بينما تقع منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا في نهاية القائمة، وكشفت الدراسة التي نشرت في ١١ تشرين الأول عام ٢٠٠٧م والتي قامت بها شركة كومسكور لأبحاث الانترنيت أن أكثر من ٦١ مليار عملية بحث تمت من قبل أكثر من ٧٥٠ مليون مستخدم خلال ذلك الشهر، نصيب Google فيها ٣٧ مليار عملية، أي أكثر بكثير مما حصلت عليه مواقع كبرى مجتمعة، واحتل محرك بحث Yahoo المركز الثاني كأكثر مواقع البحث على الانترنيت استخداماً بعدد عمليات بلغت ٨،٥ مليار عملية في حين جاء موقع (بايدو دوت كوم) الصيني بالمرتبة الثالثة بعد عمليات بلغت أكثر من ٣،٢ مليار عملية بحث، وجاءت مواقع مايكروسوفت الأمريكية في المركز الرابع بعدد عمليات ٢،١ مليار عملية يليها موقع (نافر دوت كوم) الذي تمتلكه شركة (إي، إتشن إن) في كوريا الجنوبية في المركز الخامس بملياري عملية، ويفوق محرك البحث الكوري في هذا المجال على مواقع شركات مثل (أي باي وتايم وارنر وفوكس وليكوس)، وإن تنافس محركات البحث الآسيوية مع الأمريكية يؤكد حقيقة أن البحث أصبح بشكل حقيقي ظاهرة عالمية[1]،إضافة إلى إعلان Google عن برنامج الدردشة الجديد الثلاثي الأبعاد Lively في ظل إقبال مستخدمي الانترنيت من الشباب بشكل خاص في مجتمعات الانترنيت الافتراضية التي تقوم على الروابط الاجتماعية مثل face book وغيرها من المواضيع مما سيكون ميزة ربط غرف الدردشة بالصفحات الخاصة سبباً في إقبال المزيد من هؤلاء المستخدمين وبالتالي في نجاح البرنامج[2]، وسهل برنامج التدوين الاستخدام للشباب والمتصفحين لكونه رخيصاً وعادة مجانياً، ولا تحتاج

---

(١) http://www.dw-world.delpopupslpoup-printconternt/0,1822573,00.html

(٢) المواقع الالمانية http://www.dw-world.delpopups/popup-printcontent

المدونات إلى موجة عريضة أو أجور استضافة المواقع الالكترونية مما جعل كلفة الحفاظ على مدونة كلفة منخفضة جداًن وإن خدمات الإعلان المجاني مثل خدمة Google Adsense حررت منشأ المحتوى من ضرورة التعامل مع معلنين حقيقيين مما جعل المدونات تنتعش بشكل كبير.

وهذهِ الحقائق تجعل عدداً من رجال الأعمال يفكرون في قدرة هذهِ المدونات على إنتاج عائدات ذات معنى أو تقديم بديل فعال للنموذج الاقتصادي الذي تقوم عليه شركات الإعلان الحالية ومن رجال الأعمال هؤلاء "بريان ألفي وجاسون ماك كابي مالا فانيس" وهي مؤسسة شركة weblogs وهي شبكة من ٨٠ موقعاً للمدونات، وكان هذان اللذين أسسا مواقع المدونات التابعة لهما بنقودهما، ثم بعد سنة واحدة أطلقا شركتهما في اليوم الأول من عام ٢٠٠٤م وحققا عائدات جيدة[١]، وهذا الإقبال على الإعلان وسع عمل الشركات الكبيرة المشرفة على محركات البحث وسوق الانترنيت لافتتاح فروع لها في مختلف أنحاء العالم ومنها مركز دبي الذي افتتح عام ٢٠٠٨م وهو التواجد الثاني في الوطن العربي بعد مكتبها في مصر، ويقول حسني خفاش مدير تطوير الأعمال في Google: إن افتتاح هذا المكتب في المنطقة سيدعم وجود Google المكثف في المنطقة في مجال الإعلان على الانترنيت ومساعدة الشركات في تطبيق مفاهيم جديدة تتبناها الشركة، ومن ضمنها التي سيتم تطبيقها Adword, Adsense وعلى عدد من خدمات search سيجنيها صاحب الموقع أو المدونة من تبني مثل هذهِ التقنيات[٢].

ومع أن آخر إحصائيات عالمية ذكرت أن اللغة العربية ليست موجودة في قائمة أهم عشر لغات تدوينية في العالم لأن أغلب المدونات العربية المشهورة تكتب باللغة الإنكليزية أو الفرنسية أو غيرها. وذكر مركز المعلومات المصري في تقرير

---

(١) دليل المواقع الإماراتية،موضوع توليد الأموال من المدونات/www.alamuae.com/sites -

(٢) للاستزادة يمكن متابعة موقع http://www.ajabni.com/tags/emapia

له عن المدونات المصرية أن المدونات العربية قدرت بنحو ٤٩٠ ألف مدونة، وهي تمثل ٠,٠٧٪ من مجموع المدونات في العالم، وتمثل المدونات المصرية ٣٠,٧٪ من مجموع المدونات العربية وبعدد يقدر بـ ١٦٠ ألف مدونة، وأن ٧٦,٨٪ من المدونات[١]، العربية تستعمل اللغة العربية و٩,٦٪ اللغة الإنكليزية و٢٠,٨٪ منها مختلفة، وأن ٧٣٪ من المدونين المصريين ذكور و٢٧٪ إناث، ويتفوق موقع جيران باستضافة نحو ٧٢,٦٪ من المدونات المصرية يلية موقع Blogspot بنحو ١٦,٢٩٪ ومكتوب بنسبة ٦,٥٪.

وحدد عددٌ من المواقع التي تضم مدونات عربية شروطاً للإعلان في هذهِ المدونات وبما ينسجم ويتناغم مع القيم والأعراف والتقاليد العربية المعروفة وهذهِ الشروط هي:

١-أن يتم الإعلان الفني بطريقة سلسة وسريعة مع التقيد بسياسة المحتوى والخطوط الإرشادية الخاصة باللغة العربية لتمرير الإعلانات.

٢-وترفض إدارة المحتوى الإعلانات التقنية جميع الإعلانات ذات الأهداف والاستخدامات الترويجية والتي تضم:

-ترويج المخدرات وبدائلها والتي تتضمن الأدوات اللازمة من فلاتر السجائر والغليون والمعسل والأراجيل وغيرها.

-ترويج الأسلحة والذخائر التي تتضمن تجهيزات الأسلحة كالسكاكين العسكرية ومختلف أنواع الذخائر الأخرى.

-الترويج للقمار واليانصيب بالإضافة إلى طرق تعليم القمار وبرامج حاسبة عن القمار وعرض روابط لمواقع قمار ويانصيب[٢].

---

(١) للاستزادة يمكن متابعة موقع start up Arabia العربية.

(٢) يمكن الاطلاع على موقع http://ds-araby.com/index.php?section=doc Action

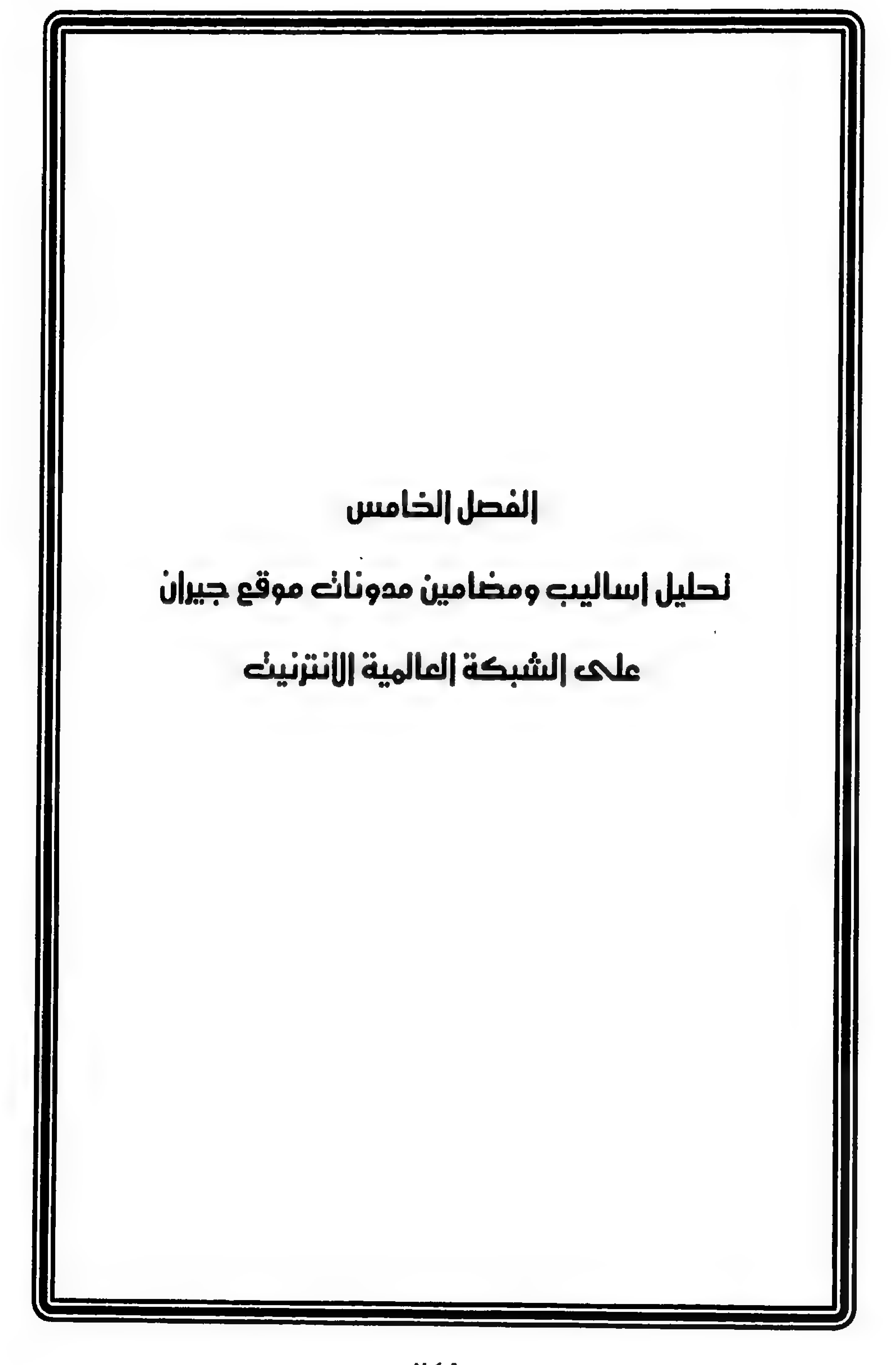
-ترويج الخمر والكحول وأي شكل من أشكال الترويج للدعارة والإباحية وغيرها.

-تشويه وتدنيس الديانات ومحاربتها ويمنع الترويج للمواقع التي تقوم على فكر محاربة مواقع الأديان وتشويهها.

-الدعوة إلى الديانات الأُخرى من خلال الإعلانات عن التبشير للمسيحية أو الطوائف الدينية الأُخرى[1].

---

(١) للاستزادة يمكن متابعة موقع
Columnized mango oregne/ wp them c8 icons by N. Design studio



الفصل الخامس

تحليل أساليب ومضامين مدونات موقع جيران على الشبكة العالمية الانترنيت

وفر الانترنيت الجهد والوقت والمبالغ الكبيرة للمدون لتدوين ما يحلو له من ملاحظات ومقالات وأفكار وحوارات وتعليقات تفاعلية مصحوبة بكل المميزات التقنية من صور وصوت ونص ومقاطع فيديو ومؤثرات عديدة، وأصبحت المدونات إحدى الميزات المهمة لمستخدمي الانترنيت بعد أن وفرت لأي شخص أن يكون له مساحة خاصة به يستقل بها أو يشارك فيها الآخرين الرأي والأخبار والتعليقات، فجمعت المدونات ميزات من الصحافة الالكترونية ودفتر الملاحظات الشخصية.

ونظراً لفاعلية المدونات في التواصل الرقمي بين فئات كثيرة لم يسبق لهم التعارف خارج الانترنيت فقد أغرى الجيل الجديد من السياسيين والأُدباء وذوي الميول الصحفية للمشاركة في التدوين سواء كقراء أم مدونين. وأصبحت المدونات تأخذه للتعبير عن الرأي والمواهب والاهتمامات والتنفيس عن المشاعر والرغبات والمشاركة في المعرفة.

تم من خلال متابعة موقع جيران مسح شامل للمدونات خلال شهر تموز عام ٢٠٠٨ وتبين وجود٥١٦٣ مدونة مثبتة في الموقع، وبعد تصنيفها واستبعاد المدونات المكررة وأخرى تابعة للموقع، تم حصر(٢٦١٠) مدونة لشهر تموز٢٠٠٨ كمجتمع للبحث.

والجدول (١) في الملحق يوضح أرقام المدونات التي تم اختيارها كعينة باتباع العينة العشوائية المنتظمة، وتتوزع هذهِ المدونات على عدد المدونات في أقطار الوطن العربي ولغتها وعدد المدونات في دول العالم ولغتها ضمن الموقع ولشهر تموز حصراً.

كما يوضح في الملحق أسماء المدونات واسم صاحب المدونة أو الموقع أو عنوانه البريدي وقد تبين أن أغلب المدونين يعزف عن ذكر اسمه الحقيقي أو نشر صورته بل يسعى إلى الاختفاء وراء الاسم الذي يمثل رمزه في البريد الالكتروني أو اسم

باللغة الانكليزية أو يستعين بالأرقام للتعبير عن شخصيته، وأنه أي المدون لا يغفل عن ذكر اسم البلد الذي ينتمي إليه وكذلك المدينة التي يعيش فيها، وهذهِ تدفع المدون لتدوين وتسجيل الأحداث وكتابة التعليقات على الوضع العربي بعيداً عن رقابة الدولة وأجهزتها[1].

توزيع المدونات في الدول:

والجدول رقم (١-٥) يمثل عدد المدونات في كل دولة من الدول العربية أو دول العالم، واحتلت مصر المرتبة الأولى وبنسبة ٢٧٪ وبـ٧٠ تكراراً، وهذا يؤكد حجم حركة التدوين في مصر في ضوء الأحداث التي يشهدها العالم اليوم عامة والوطن العربي خاصة، وتليها في المرتبة الثانية سوريا وبنسبة ١٩٪ وبتكرار ٥١ مرة، وتليها العربية السعودية بنسبة ٩٪ وبتكرار ٢٤ مرة، وبعدها الجزائر بنسبة ٨٪ و١٨ تكراراً وبعدها العراق بالمرتبة الخامسة وبنسبة ٧٪ وبتكرار ١٧ مرة، ويليه المغرب بنسبة ٥,٧٤٪ و١٥ تكراراً، فيما كانت نسبة فلسطين ٢,٦٨٪ وبتكرار ٨ مرات والأردن بنسبة ٣,٠٦٥٪ و٧ تكرارات، ويليه السودان بنسبة ٣,٢٩٪ و٦ تكرارات، بعدها كان لبنان والإمارات بنسبة ١,٩١٪ لكل منهما وبخمسة تكرارات، والكويت بنسبة ١,٥٣٪ و٤ تكرارات، فيما تساوت كل من ليبيا واليمن وقطر وأمريكا بنسبة ١,١٤٪ و٣ تكرارات لكل منهما، وتساوت البحرين وتركيا وبلجيكا وكندا بنسبة ٠,٧٦٦٪ وبتكرارين لكل منها، وحصلت على تكرار متساوٍ وواحد كل من موريتانيا وعمان وماليزيا وانكلترا واندونيسيا والصين ونيوزيلندا والأرجنتين وكرواتيا وتنزانيا وبنسبة ٠،٣٨٪ لكل منهما.

---

(١) ملاحظة الباحث أثناء متابعته للمدونات في المواقع الالكترونية.

جدول (٥-١)

يوضح المدونات حسب الدول

ت	اسم الدولة	التكرار	٪	ت	اسم الدولة	التكرار	٪
١	مصر	٧٠	٢٦,٠٨١	١٦	الولايات المتحدة	٣	١,١٤
٢	سوريا	٥١	١٩,٥٤	١٧	البحرين	٢	٠,٧٦٦
٣	السعودية	٢٤	٩,١٩	١٨	تركيا	٢	٠,٧٦٦
٤	الجزائر	١٨	٦,٨٩	١٩	بلجيكا	٢	٠,٧٦٦
٥	العراق	١٧	٦,٥١	٢٠	كندا	٢	٠,٧٦٦
٦	المغرب	١٥	٥,٧٤	٢١	موريتانيا	٢	٠,٧٦٦
٧	فلسطين	٨	٢,٦٨	٢٢	عمان	١	٠,٣٨
٨	الأردن	٧	٣,٠٦٥	٢٣	ماليزيا	١	٠,٣٨
٩	السودان	٦	٢,٢٩	٢٤	انكلترا	١	٠,٣٨
١٠	لبنان	٥	١,٩١	٢٥	اندونيسيا	١	٠,٣٨
١١	الإمارات	٥	١,٩١	٢٦	الصين	١	٠,٣٨
١٢	الكويت	٤	١,٥٣	٢٧	نيوزيلندا	١	٠,٣٨
١٣	ليبيا	٣	١,١٤	٢٨	الأرجنتين	١	٠,٣٨
١٤	اليمن	٣	١,١٤	٢٩	كروانيا	١	٠,٣٨
١٥	قطر	٣	١,١٤	٣٠	تنزانيا	١	٠,٣٨
مجموع التكرار في العينة ٢٦١ وبنسبة ١٠٠ ٪							

وتبين من الجدول أعلاه أن المدونات أسهمت في تعزيز العلاقات بين شباب الأمة العربية في المهجر والتفاعل فيما بينهم، وتفاعل العلاقات التجارية مع دول العالم من خلال استخدام المدونات باللغتين العربية والانكليزية من ١٢ دولة غير عربية لمخاطبة المجتمع العربي.

وهذا يعني أن نسبة ٤٠٪ من الدول حسب العينة تسهم في رفد الوطن العربي

بمدونات وعملية تواصل حضاري وثقافي وتجاري وغيرها عن طريق وجود ١٢ دولة من دول آسيا وأوربا والأمريكتين في المخاطبة والتفاعل مع المدونات العربية وهذهِ النسبة على قلتها فإنها تفتح آفاقاً جديدة لعلاقات عامة أوسع بين المدونين العرب وغيرهم في دول العالم.

محتوى المدونات:

ويقصد بالمحتوى مضمون المدونات والتي يمكن تصنيفها في مجموعات لكل منها طابعها يميزها عن غيرها ،وتعتمد المدونات على النصوص التي يكتبها المدونون على صفحات مدوناتهم، وقد يضاف إليها صور ولقطات فيديو وتسجيلات صوتية وغيرها،وعن طريق دراسة العينة تبين وفق المدون الآتي نسب المدونات حسب المحتوى سواء كان ثقافياً أم اقتصادياً أم دينياً أم فنياً أم اجتماعياً وغيره، وعن طريق العينة يمكن أن نتوصل لنتائج عن اتجاه المضمون لمحتويات المدونات.

تبين للباحث بأن المدونات الثقافية احتلت بكل أشكالها سواء في مجالات الشعر أم النقد أم النثر أم الخطابة أم غيرها نسبة ٥٠٪ وعن طريق١٣٧ تكراراً وتستقطب هذهِ المدونات في محتوياتها شريحة واسعة من أصحاب المواهب الأدبية والشعرية، وتجمعهم في تجمعات ذات ميول متقاربة، وتخلق لديهم الرغبة في التفاعل فيما بينهم، مما يدفع ذوي الاهتمام المشترك بفتح آفاق أُخرى لصاحب الموهبة عن طريق وضع اسم مدونته ضمن المدونات المفضلة لجذب جمهور لها، وخلق حالة التفاعل معها، كشكل من أشكال العلاقات العامة لتلك المدونة، واحتلت المدونات ذات المحتوى الاقتصادي والتي تشمل مدونات الشركات والمكاتب العقارية والشركات الصناعية والتجارية المرتبة الثانية وبنسبة ١٢٪ وعن طريق٣٢ تكراراً

جدول (٥-٢)

المدونات حسب المحتوى

ت	المحتوى	التكرار	٪
١	ثقافية	١٣٧	٥٢٪
٢	اقتصادية	٣٢	١٢٪
٣	دينية	٢٧	١٠٪
٤	فنية	١٨	٧٪
٥	اجتماعية	١٣	٥٪
٦	علمية	١٢	٥٪
٧	رياضية	٨	٣٪
٨	ترفيهية	٧٪	٣٪
٩	سياسية	٤	٢٪
١٠	إعلامية	٣	١٪
المجموع		٢٦١	١٠٠٪

وهذهِ المدونات تكون عادةً مدونة باسم الشركة أو المنظمة أو يقوم أحد الأفراد من موظفي العلاقات العامة فيها بإنشائها من أجل جذب أنظار الجمهور المتصفح للانترنيت إلى مؤسسته أو منظمته، فيما احتلت المدونات ذات المحتوى الديني نسبة ١٠٪ و٢٧ تكراراً وهذا يعني أنه مع كثرة المواقع الدينية على الانترنيت والفضائيات فإن التدوين الديني مازال بهذهِ النسبة من التدوين، ولكن مع ذلك فيشكل قاعدة للانفتاح التدويني لذوي المواهب والأفكار الدينية التقليدية للولوج في عالم التدوين الواسع.

واحتلت المدونات ذات الاهتمامات الفنية نسبة ٧٪ وبتكرار ١٨ وتمثل اهتمام نسبة من الشباب بأعمار متفاوتة من ١٥ إلى ٢٥ عاماً عن طريق تأثرهم بالمسلسلات

الدرامية المدبلجة من اللغة التركية إلى العربية مما حفز الشباب والشابات على البحث عبر الانترنيت واستباق الأحداث لعرضها على الجمهور، إضافة إلى اهتمام الآخرين بتشجيع عدد من الفنانات والفنانين ومتابعة الأحداث الفنية، ووصل الأمر إلى تسمية مدونات باسم الممثلات مثل (لميس) واسم الفنانين مثل (تامر حسني) وغيرهم من الفنانين. فيما بلغت نسبة المدونات المهتمة بالشأن الاجتماعي نسبة ٦٪ من العينة وبتكرار ١٣ مرة، وتدور أغلبها حول الزواج والطلاق والعنوسة والعنف ضد المرأة والعلاقات بين الرجل والمرأة.

واحتلت المدونات العلمية والتكنولوجية نسبة ٦٪ وبتكرار ١٣ مرة من العينة وتشمل هذهِ المدونات العلوم بمختلف أصنافها وتكنولوجيا الاتصالات والانترنيت والحاسب الآلي. كما احتلت المدونات ذات المحتوى الرياضي ٣٪ وبتكرارات ٧ مرات وشملت اهتمامات المدونين بعدد من النوادي العربية التي يشجعونها كالنادي الأهلي المصري أو الفرق الرياضية كالفريق العراقي الذي حقق الفوز في تصفيات آسيا، إضافة إلى إبراز أهم اللاعبين في هذهِ النوادي، ضمن الفرق الرياضية التي يتم تشجيعها وتقديم معلومات رياضية واسعة عن المنطقة الجغرافية للمدون في العالم التي تستضيف المباريات العربية والأجنبية.

وبلغت نسبة المدونات الترفيهية ٣٪ و٧ تكرارات عن طريق إدخال الألعاب والمسابقات والنكات وغيرها لجذب اهتمام الجمهور لها، فيما بلغت المدونات السياسية ضمن العينة ٢٪ وبأربعة تكرارات، وشملت مدونات لأحزاب سياسية أو سياسيين عبروا فيها عن أفكارهم وتوجهاتهم السياسية وانتقاداتهم للوضع العربي الراهن، وتسهم هذهِ المدونات في خلق حالة تفاعل بين الجمهور وهذهِ الأحزاب أو القوى السياسية لكسب تأييدها في منهجها المعد مسبقاً لهذا الغرض. إن محتوى المدونات يعكس هاجس انفعالات وأفكار المدون وما يطرأ على الساحة العربية سواء كان أحداثاً سياسية أم ثقافية أم فنية أم علمية أم دينية، ويتم تحليل مضمون

العينة الأساسية للمدونات من مجموع عينة المدونات بأسلوب التصفح المباشر لكل مدونة، وتم الاعتماد عن طريق التصفح على عشرة مضامين يمكن تحليلها من محتوى المدونات عن طريق جمع الأفكار المتشابهة ضمن محتوى واحد من أجل الإسهام بشكل فعال وبسيط في تحليل مضمون المدونات.

وكان ذيل العينة لمحتوى المدونات الإعلامية وهي مدونات لصحفيين وأكاديميين إعلاميين وكانت نسبته ١٪ وبثلاثة تكرارات، وتشمل مواضيع إعلامية متخصصة ومقالات لصحفيين في الصحف الورقية اليومية وغيرها من الدراسات الإعلامية.

لغة عرض المدونات:

أظهرت نتائج تحليل المضمون عن عدة نتائج بشأن لغة التدوين في موقع مدونات جيران فكان للغة العربية النصيب الأكبر بنسبة ٩٠٪ وبتكرار ٢٣٦مرة واستخدام اللغتين العربية والانكليزية بنسبة ٥٪ وبتكرار ١٤٪ ونعني باللغة العربية اللغة التي يستخدمها المدون بعيداً عن الرموز الانكليزية الخاصة بالانترنيت سواء العنوان البريدي الذي غالباً ما يكتب باللغة الانكليزية و بعض المصطلحات التي تستخدم لضرورات عمل الانترنيت، فيما يقوم عدد من المدونين وبعض المدونات باستخدم اللهجة العامية وخصوصاً في المدونات المصرية وخصوصاً المدونات الأدبية، ولكن الغالبية تستخدم اللغة العربية الفصيحه، أما المدونات التي تكتب باللغة الانكليزية فتقسم على قسمين، الأول لمدونين عرب يخاطب الناطقين باللغة الانكليزية، وفيما القسم الآخر للأجانب الذين لا يجيدون اللغة العربية كما هو الحال في إحدى المدونات البريطانية لطبيب جراح يسعى لكسب الزبائن العرب لمنتوجاتهم أو بضائعهم، كما هو الحال مع المدونة البلجيكية والصينية وغيرها، وعدد من المدونين حسب العينة يستخدمون ظاهرة التدوين

باللغتين العربية والانكليزية وحسب ما تبين من العينة أن المدونات التي تستخدم اللغتين بلغت ٥٪ وبتكرار بلغ ١٤ مرة، وقد يلجأ المدونون إلى دمج اللغتين داخل المدونة ومن ثم يمكن أن يعبر ذلك عن قدر من التنوع في التدوين بأكثر من لغة، وهناك ظاهرة شائعة تستحق التأمل في المدونات التي تمزج بين العربية والانكليزية وهي التدوين بكلام عربي مكتوب بحروف وأرقام ومواضيع أحياناً مشتركة بين اللغتين، وأخرى كل موضوع يختلف عن الآخر، إضافة إلى المدونات التي تصدر بلغات أُخرى بالفرنسية وغيرها من اللغات الأدبية وبلغت نسبة ١٪ من العينة وهي محددة في المدونات العربية.

جدول (٥-٣)

الجدول يوضح لغة عرض المدونات من حيث النسبة والتكرار

ت	لغة عرض المدونة	التكرار	٪
١	اللغة العربية	٢٣٦	٩٠٪
٢	اللغتان العربية والانكليزية	١٤	٥٪
٣	اللغة الانكليزية	٩	٤٪
٤	اللغات الأخرى	٢	١٪
المجموع		٢٦١	١٠٠٪

وأسهم عرب مقيمون في أنحاء العالم بإنشاء مدونات باللغة العربية والانكليزية، كما أسهم عدد من المدونين العرب بالوطن العربي بإنشاء مدونات باللغات غير العربية لإيصال أصواتهم للعالم عبر الانترنيت إضافة إلى استخدام عدد من الشركات الأجنبية مدونات لها على موقع جيران وعدد من المواقع العربية كنوع من الدعاية والتعريف بأنشطتهم لجذب الجمهور والزبائن، وإقامة علاقات تجارية مع أقطار الوطن العربي، إضافة إلى أن المدونات شكلت أحد أشكال العلاقات

العامة للعرب المقيمين في دول العالم مع وطنهم وكذلك الحال للأجانب الذين ينشئون مدونات في الدول التي يقيمون فيها كوجه لتعزيز العلاقات بين الشعوب عبر المدونات.

جنس المدونين:

تبين من تصفح العينة أن مدونات الذكور حصلت على نسبة كبيرة بلغت ٨٥٪ و٢٢٢ تكراراً، بينما بلغت نسبة مدونات الإناث ١٥٪ و٣٩ تكراراً، وهذا يعكس الواقع العربي في ضعف إمكانية المرأة على منافسة الرجل في استخدام الانترنيت سواء داخل الأُسرة أم العمل أم حتى في المقاهي أم إعطائها الحرية الكاملة للتعبير عن ذاتها وهواجسها ضمن المدونات أو المدونة التي تنشأ بسبب الظرف العربي العام الذي نعيشه..

جدول (٥-٤)

الجدول يوضح المدونات حسب جنس المدونين

ت	جنس المدون	التكرار	٪
١	ذكور	٢٢٢	٨٥٪
٢	إناث	٣٩	١٥٪
المجموع		٢٦١	١٠٠٪

استخدام الوسائط المتعددة (وسائط التدوين):

تستخدم المدونات الوسائط (وسائط التدوين) المتعارف عليها عبر الانترنيت ومن أهمها النصوص اللغوية، وتبين من العينة أن استخدام النص في المدونة كان بنسبة ٥٩٪ وبـ١٥٥ تكراراً، وتغلب على العديد من المدونات وخاصة الأدبية

والدينية التي تقدم معلومات نظرية كالشعر والنثر والأدب والتوعية الدينية والأدعية الدينية وغيرها فيما بلغت نسبة النص مع الصورة ٣٢٪ وبعدد من التكرارات بلغت ٨٣ تكراراً، ويشمل صوراً مع النصوص تمثل لقطات فوتوغرافية لتعزيز النصوص أو صوراً تعبر عن معانٍ سامية وجمالية وتراثية أو ذكريات لأحداث سابقة وغيرها مما يثير اهتمامات الآخرين، وبلغت لقطات من الفديو نسبة ٧,٦٦٪ وبتكرار ٢٠ مرة، تمثل اهتمامات المدون بأحداث محلية وعربية وعالمية حصل عليها من مواقع أُخرى أو قام شخصياً بإعدادها، وتمثل هذهِ المقاطع اهتمام المدون الذي يرغب بجذب نظر الآخرين لتلك الأحداث، كما تسعى بعض المدونات باستخدام الصور الكاريكاتيرية كتعبير عن نقد الحكومة أو المجتمع أو تعبير عن حدث معين، وكان في العينة بنسبة ٠,٧٦٪ وبتكرارين، فيما بلغت نسبة الصور المتحركة ٠,٠٣٨ وبتكرار واحد، وهي صور ترحيبية عند دخول المدونة تسهم في الإقبال على متصفح هذهِ المدونات، فيما كانت نسبة الومضات (الفلاش) صفراً في عينة البحث.. والجدول التالي يوضح نسب وتكرارات المدونات في استخدام التقنيات.

جدول رقم (٥- ٥)

المدونات حسب استخدام الوسائط المتعددة

ت	استخدام التقنيات	التكرار	٪
١	النص	١٥٥	٥٩٪
٢	نص وصورة	٨٣	٣٢٪
٣	مقاطع فيديو	٢٠	٧,٦٦٪
٤	كاريكاتير	٢	٧٦٪
٥	الصور المتحركة	١	٠,٣٨٪
٦	الومضات (فلاش)	/	/
المجموع		٢٦١	١٠٠٪

التحديث:

يتمثل التحديث في عملية تجديد محتويات المدونة من قبل صاحب المدونة، وتتفاوت عملية التحديث بين المدونين، وحسب تفرغهم أو قدرتهم على مواصلة الكتابة، وإثراء محتوى المدونة بالمعلومات، وكون أغلب المدونين من غير المتفرغين للتدوين بسبب ارتباطاتهم الوظيفية أو المهنية في كسب رزقهم، وكون المدونات هواية تصقل مواهبهم الأدبية والعلمية والفنية وغيرها، فإن تحديث المدونة يتوقف على مدى اتساع الوقت للمدون لتحديث مدونته، وعن طريق تصفح العينة تبين أن نسبة ٦٣,٦٪ كانت غير منتظمة الصدور وبواقع ١٦٦ تكراراً، بينما بلغت المدونات التي تصدر شهرياً ٢٦,٨١٪ وبـ٧٠ تكراراً، والنصف شهرية بخمسة عشر تكراراً وبنسبة ٥,٧٤٪، والأسبوعية بـ٧ تكرارات وبنسبة ٢,٦٨٪، والنصف أسبوعية بثلاثة تكرارات وبنسبة ١٤,١٪، بينما لم نجد مدونة في العينة تصدر وبشكل يومي، وهذا يعود أصلاً الى كون عينة البحث من المدونات حديثة الإنشاء أو التكوين، ويعني قلة ممارسة المدون لكتابته اليومية بينما نجد أن أغلب المدونات اليومية في المواقع كافة تعود في الأغلب لصحفيين ممارسين في الكتابة ومن أبرزهم "**في جيران فهمي هويدي**" الكاتب المصري المعروف الذي يكتب عدداً من المقالات في عدد من الصحف العربية بصورة يومية ويعيد نشرها في مدونته التي تحمل اسمه.

والجدول التالي يوضح نسب وتكرار التحديث في عينة البحث.

جدول رقم (٥-٦)

تحديث المدونة

ت	التحديث	التكرار	٪
١	اليومي	/	/
٢	نصف أسبوعي	٣	١,١٤٪
٣	أسبوعي	٧	٢,٦٨٪
٤	نصف شهري	١٥	٥,٧٤٪
٥	شهري	٧٠	٢٦,٨١٪
٦	غير منتظم	١٦٦	٦٣,٦٪
المجموع		٢٦١	١٠٠٪

الأساليب الإعلانية المستخدمة في مدونات جيران:

خلق الانترنيت مضامين متعددة لأنواع مختلفة من الأساليب للإعلانات وتتطور هذهِ الأساليب بتطور وحداثة البرامج التصميمية المتقدمة، وتعتمد حداثة هذه الأساليب بالدرجة الأولى على إمكانية المصمم الإعلاني في الموقع، وهذهِ الأساليب تقدم دائماً فرصاً جديدة للمواقع في طريقة تقديم الإعلان ومنها مدونات موقع جيران التي سعت إلى استخدام أساليب جديدة إعلانية في مدوناتها والجدول (٧- ٥) يوضح نسب وتكرارات الإعلانات في المدونات في الصفحة الرئيسية.

جدول رقم (٥-٧)

الأساليب الإعلانية في المدونات

ت	الأساليب الإعلانية	تكرار	٪
١	التقليدية	١٩٢	٧٤٪
٢	العمودية	٦٩	٢٦٪
٣	النافذة	/	/
المجموع		٢٦١	١٠٠٪

ويشمل الأسلوب التقليدي الإعلان على شكل شريط أُفقي متحرك فيما يضم الأسلوب العمودي إعلاناً على شكل مربع أو مستطيل عمودي يحمل علامة (×) لإزالته من الجانب الأيمن الأعلى والأسفل، ويكون ثابتاً ومتحركاً على كل جهات الصفحة، والأسلوب الثالث يكون على شكل نافذة مستطيلة تظهر في المدونة وخاصة في الصفحة الشخصية، وهو أسلوب ثابت ومتحرك. والجدول أعلاه (٥-٧)يوضح توزيع الأساليب الإعلانية التي استخدمتها مدونات موقع جيران بأشكال عدة، واحتل الأسلوب التقليدي المرتبة الأولى بواقع ١٩٢ تكراراً وبنسبة ٧٤٪، وفي المرتبة الثانية جاء الأسلوب العمودي واحتل ٦٩ تكراراً وبنسبة ٢٦٪، فيما لم نجد في عينة الدراسة لأسلوب النافذة في الصفحة الرئيسية خلال شهر تموز فترة دراسة العينة وعن طريق التصفح أن مدونات موقع جيران استخدمت أسلوب الإعلان التقليدي والعمودي والنافذة كافة في مدوناتها بدون استثناء، وفي الصفحتين الرئيسية والشخصية، إضافة إلى تقديم تسهيلات كبيرة لاستقطاب

المدونين الجدد بأبسط الأساليب مما حفز الموقع للوصول إلى موقع الريادة في كسب المدونات الجديدة خلال عام ٢٠٠٨م بدأً من شهر تموز الذي وصل فيه عدد المدونات في الموقع إلى ١٠٠ ألف مدونة ويمكن أن يتضاعف العدد نهاية العام ٢٠٠٨م. وإن الأساليب الإعلانية تختلف من موقع إلى آخر وحسب قدرة المصمم وتميز الموقع وحجم المتصفحين له أو الزوار، مما دفع أصحاب الموقع لاستثمار المنتديات والمواقع والمدونات المستضيفة بزجها بالإعلانات من أجل تحقيق الأرباح والحفاظ على استمرار الموقع إضافة إلى التنسيق مع المواقع ومحركات البحث وخصوصاً في الوطن العربي حيث يستخدم محركي البحث Google وYahoo.

إن دراسة الأساليب الإعلانية لمدونات موقع جيران الالكتروني قد لامس في جانبه التطبيقي شكل التصميم للأسلوب من ناحيتين الشكل والمضمون مما استوجب دراسة الإعلانات والدعاية في الصفحة الرئيسية للمدونة والصفحة الشخصية فيها اللتين يتم نشر الإعلانات فيهما .

لغة الإعلان داخل المدونة :

وتبين من عينة البحث لمدونات جيران أن اللغة العربية في الإعلانات احتلت المرتبة الأولى وكانت بـ١٧٧ تكراراً وبنسبة ٦٨٪، فيما احتل استخدم اللغتين العربية والانكليزية كان ٧٦ تكراراً وبنسبة ٢٩٪، فيما احتلت الإعلانات التي تستخدم اللغة الانكليزية بنسبة ٣٪، وثماني تكرارات وتشمل هذهِ الإعلانات اللغة التي يكتب بها الإعلان والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول رقم (٥-٨)

لغة الإعلان داخل المدونة

ت	لغة الإعلان	تكرار	٪
١	اللغة العربية	١٧٧	٦٨٪
٢	اللغتان العربية والإنكليزية	٧٦	٢٩٪
٣	اللغة الانكليزية	٨	٣٪
المجموع		٢٦١	١٠٠٪

وعن طريق تحليل لغة الإعلان فإن المعلنين يسعون لاستخدام اللغة التي تلائم الموقع الجغرافي للمتصفحين مما يكسبهم سوقاً جديدة في العالم، وهي ميزة جديدة أضافها الانترنيت للسوق العالمية.

أنواع الإعلانات داخل المدونة

والجدول التالي يوضح نوع الإعلانات المستخدمة في المدونات مما يكسبها أهمية في جذب المتصفح للانترنيت والمدونات.

جدول رقم (٥-٩)

أنواع المدونات داخل المدونة

ت	أنواع الإعلانات	تكرار	٪
١	الخدمي	١٦٤	٪٦٣
٢	الإرشادي	٧٣	٪٢٨
٣	التنافسي	٢٤	٪٩
المجموع		٢٦١	٪١٠٠

واحتل الإعلان الخدمي المرتبة الأولى في عينة البحث لمدونات جيران خلال شهر تموز وكان بـ١٦٤ تكراراً وبنسبة بلغت ٦٣٪، والإعلان الإرشادي بـ٧٣ تكراراً وبنسبة بلغت ٢٨٪، واحتل الإعلان التنافسي ٩٪ وبـ٢٤ تكراراً، وهذا يوضح أهمية الإعلانات الخدمية في جذب الجمهور المتصفحين للانترنيت خصوصاً أن الإعلانات تسعى بكل الوسائل والسبل لجذب الانتباه وخلق منافسة بين ملايين الإعلانات.

الإعلانات في الصفحة الشخصية:

التنافس في إعلانات النافذة المستطيلة في الصفحة الشخصية:

وعن طريق التصفح لجميع الصفحات الشخصية في المدونات فإن الإعلانات في أعلى الصفحة الشخصية ثابت بأسلوب النافذة المستطيلة، وهو أسلوب متغير للإعلانات وبالألوان، ويهدف إلى جذب القراء، والجدول التالي يوضح تكرار

التنافس بين إعلاني AMELnfo آخر أخبار الشرق الأوسط وإعلاناتT.V- Arab.

جدول رقم (٥-١٠)

التنافس الإعلاني في المدونات

ت	التنافس الإعلاني	تكرار	٪
١	AME Info	١٥٣	٥٩
٢	T.V.Arab	١٠٨	٤١
المجموع		٢٦١	٪١٠٠

واحتل إعلانات www.ameinfo.com المرتبة الأولى في التنافس وبتكرار ١٥٣ وبنسبة ٥٩٪، فيما احتل موقع إعلانات ٦٧٠ المرتبة الثانية وحصل على ١٠٨ تكرار وبنسبة ٤١٪، ولا تكاد صفحة شخصية تخلو من هذين الإعلانين وتكون هذهِ النافذة التي تتوسط أعلى الصفحة الشخصية ثابتة في شكلها ومتغيرة في إعلاناتها، أي أن الإعلان يتغير بأساليب مختلف لجذب المتصفح لهذهِ الصفحة.

نوع الإعلان في الصفحة الشخصية:

وهي صفحة فرعية تنبثق من الصفحة الرئيسية ويمكن الدخول لها من أيقونة أو علامة متميزة أسفل الصورة الخاصة بالمدون، وبها معلومات عن هوية المدون وهواياته ورغبته بالتعارف وفتح صفحات جماعية للحديث مع الآخرين.

ويكون الإعلان الذي يتكون من عمودٍ في أسفل الجهة اليمنى من الصفحة بأسلوب إعلان النبر العادي، وهذا النوع من الإعلان لا يهتز ولا يتحرك أو يتحدث، وإنما يحتوي على معلومات تتيح عادة للزائر الفرصة للنقر عليها بالماوس

ليتم إرساله إلى إحدى صفحات الويب الخاصة بالمعلنين، ويحمل هذا الأسلوب بين خمسة إلى سبعة إعلانات في العمود، وتكون الكتابة باللغتين العربية والانكليزية، ويحمل في أسفله علامة إعلانات Google أي محركات البحث والجدول التالي يوضح نوع الإعلان.

جدول رقم (٥-١١)

نوع الإعلان في الصفحة الشخصية

ت	نوع الإعلان	تكرار	٪
١	خدمي	١٤١	٥٤٪
٢	إرشادي	١٢١	٤٦٪
المجموع		٢٦١	١٠٠٪

والجدول يوضح أن الإعلان الخدمي كان بنسبة ٥٤٪ و١٤١ تكراراً والإرشادي كان ١٢١ تكراراً وبنسبة ٤٦٪.

فيما كانت لغة الإعلان بنسبة ٧٣٪ باللغة العربية وبتكرار ١٩١، واللغة الانكليزية في الإعلان بتكرار ٧٠ وبنسبة ٢٧٪، والجدول التالي (٥-١٢) يوضح هذهِ الحقيقة.

جدول رقم (٥-١٢)

ت	لغة الإعلان	تكرار	٪
١	اللغة العربية	١٩١	٧٣
٢	اللغة الانكليزية	٧٠	٢٧
المجموع		٢٦١	١٠٠٪

الدعاية في المدونات:

أ- الدعاية في الصفحة الرئيسية:

تتكون المدونة عادة من صفحة رئيسية، والتي هي الواجهة الرئيسية للمدونة، وتضم كافة محتوياتها، فيما تضم الصفحة الشخصية نبذة عن حياة المدون وعمره وبلده إضافة إلى هواياته ورغبته في فتح صفحة للدردشة والحوار مع أصدقاء يلتقي معهم في نفس الرغبة من الهواية والتوجه الفكري والعلمي وغيره من الأمور، كما ويمكن خزن أرشيف المواضيع والعناوين التي سبق وأن ذكرها في مدوناته والصور التي يحتفظ بها ويرغب باطلاع الجمهور عليها. وشكلت الدعاية الشخصية النسبة الأولى في المدونات وبتكرار ٢٠٩ وبنسبة ٨٠٪ وهذا يمثل المجال الذي أتاحه الانترنيت لأصحاب المواهب كافة سواء كانت أدبية أم علمية أم فنية أم رياضية أم شخصية أم مهنية للتعبير عن ذاتهم في الكتابة وباستخدام الوسائط المتعددة كافة لإبراز فعالياتهم أمام الآخرين، وتلتها المؤسسات الخدمية والإنتاجية بإنشاء مدونات صريحة بأسمائهم لمكاتب العقار أو تجارة السيارات أو شركات الديكور وغيرها، وكانت بنسبة ١٣٪ و٣٤ تكراراً، فيما احتلت الشخصيات المهنية المرتبة الثالثة وبنسبة ٤٪ وبـ١١ تكراراً، وهذا يشمل المهن المتخصصة مثل الفنان صاحب اللوحات التشكيلية الذي يستعرض في مدونته مهنته البحتة في الرسم والتعبير عن طريق لوحاته عن مكامن نفسه، وكذلك الحال مع عدد من الصحفيين الذين ينشرون مواضيع مختلفة في وسائل الإعلام المكتوبة ويحولونها على صفحاتهم ومدوناتهم عبر الانترنيت، فيما احتلت الأحزاب السياسية والشخصيات السياسية على نسبة ٣٪ وسبعة تكرارات، وهذهِ المدونات التي تصدر بأسماء الأحزاب ومنها حزب الإصلاح العراقي وعدد من الشخصيات

السياسية على الساحة العربية كمدونة حوارية حول آرائهم وسياستهم وتفاعلهم مع الجماهير، وهو أسلوب جديد في عالمنا العربي، وسبق أن استخدمه السياسيون في الغرب وفي آسيا وفي مقدمتهم الرئيس الإيراني أحمد محمود نجاد في مدونته التي تبث بعدة لغات ومن ضمنها اللغة العربية.

جدول رقم (٥-١٣)

الدعاية في المدونات

ت	الدعاية في المدونات	تكرار	٪
١	شخصية بحتة	٢٠٩	٨٠
٢	مؤسسات إنتاجية وخدمية	٣٤	١٣
٣	شخصيات مهنية	١١	٤
٤	منظمات وأحزاب	٧	٣
المجموع		٢٦١	١٠٠٪

ب- الدعاية في الصفحة الشخصية:

وتشمل الدعاية في الصفحة الشخصية عن طريق استخدام اسم المدون سواء الحقيقي أو المستعار أو عن طريق رموز، والجدول التالي يوضح ذلك.

كما تشكل المدونات المفضلة في جميع المدونات شكلاً من أشكال الدعاية وتسهم في تعريف القارئ أو المتصفح على مدونات غالباً ما يكون لها علاقة بتوجه

صاحب المدونة المضيفة، وقد شكلت الدعاية لمدونة جيران والتي تصدر من ذات الموقع علامة في المدونات كافة، وتوزعت باقي المواقع المفضلة بين مدونة أمانة العاصمة الأُردنية لكون موقع جيران يبث من الأُردن نسبة ٨٥٪ وبتكرار بلغ ٢٢١ والمدونات الثقافية المضيفة بلغت ٣٣ تكراراً وبنسبة ١٣٪، والمدونات الفنية كانت بنسبة ٢٪ و٦ تكرارات، ومن هنا يبين الجدول التالي أن المدونات المفضلة تسهم في الدعاية أولاً لصاحب المدونة المضيف وثانياً للمدون صاحب المدونة التي ترك عنوانها وهو بدوره سيسهم في تضييف عنوان مدونة زميله في مدونته.

جدول (٥-١٤)

الدعاية في الصفحة الشخصية

ت	اسم المدون	تكرار	٪
١	أسماء باللغة الانجليزية	١٣٦	٥٢٪
٢	عناوين E-mail	٧٥	٢٩٪
٣	أسماء باللغة العربية	٤٣	١٦٪
٤	باللغة الانجليزية والعربية	٧	٣٪
المجموع		٢٦١	١٠٠٪

وتبين لنا من الجدول أعلاه أن ١٣٦ تكراراً وبنسبة ٥٢٪ يستخدمون أسماءهم باللغة الإنجليزية في مدوناتهم، فيما يتبين أن ٢٩٪ وبـ٧٥ تكراراً يستخدمون عنوانهم الالكتروني محل أسمائهم في المدونة مقابل ٤٣ تكراراً

وبنسبة ١٦٪ يستخدمون أسماءً مستعارة أو أسماءهم باللغة العربية، وكان نصيب استخدام اللغتين العربية والانكليزية ٧ تكرارات وبنسبة ٣٪ ويسعى المدونون في مدوناتهم إلى استخدام أسمائهم الحقيقية في حالة رغبتهم في إبراز شخصيتهم ومواهبهم وجذب المتصفحين لهم والتفاعل معهم، فيما يسعى أصحاب العناوين البريدية إلى خلق حالة من التفاعل عبر الإيميل البريد الالكتروني سواء عن طريق الرسائل أم الحوار المباشر عبر الماسنجر.

ويسعى المدونون الذين يستخدمون أسماءً مستعارة كالأسد أو فارس بلا جواد وغيرها من الأسماء إلى فقد مجتمعاتهم المحلية أو العربية بعيداً عن السلطة، مما يجعلهم يكتبون بحرية أكبر وأوسع، فيما تسعى أطراف أُخرى من المدونين إلى جذب اهتمام الآخرين عن طريق الرمز بأسمائهم إلى أرقام وحروف إلى خلق تفاعل معهم، لأن أغلبهم يتابع المسلسلات الدرامية العاطفية ويتفاعل معها ومنها المسلسلات التركية المدبلجة التي أخذت حيزاً من المدونات خلال العينة البحثية.

ج- أُسلوب الدعاية في الصفحة الشخصية:

يسعى المدونون في الصفحات الشخصية إلى استقطاب القراء عبر التوضيح عن مكوناتهم الشخصية عن طريق استعراض تفاصيل أدق عن حياتهم، والجدول التالي يوضح ذلك. إن المجال واسع ومفتوح لكل من يجد بنفسه الموهبة والقدرة على التعبير في شتى نواحي الحياة، فإن الأبواب مشرعة أمامهم عن طريق المدونات عبر الانترنيت، وكل من لديه فكرة لمشروع ويسعى للدعم أو المشاركة في شتى أنحاء العالم، وكذلك الحال مع الشركات والأحزاب وذوي المهن يعملون من خلال المدونات على استقطاب أكبر عدد من الجمهور حولهم، والجدول التالي يوضح أسلوب الدعاية الشخصية بالمدونة.

(٥-١٥)

أسلوب الدعاية في الصفحة الشخصية

ت	أُسلوب الدعاية الشخصية	تكرار	٪
١	السيرة الذاتية	٢٣٩	٩١٪
٢	الهواية	١٥	٦٪
٣	المهنة	٧	٣٪
المجموع		٢٦١	١٠٠٪

وتبين من الجدول أعلاه أن المدونين يذكرون سيرتهم الذاتية العمر وتفاصيل الحياة بـ٢٣٩ تكراراً وبنسبة ٩١٪ وبعدها يتم التوسع في الهوايات التي يرغب في أن يجتمع مع الآخرين بها بـ٥ تكرارات وبنسبة ٦٪ فيما تبين أن ٣٪ يسعى لإبراز مهنته ورغبته في إيجاد عمل يتناسب وكفاءته.

النتائج والتوصيات

نتائج البحث:

توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج والاستنتاجات يمكن صياغتها كما يأتي:

إن المدونات أصبحت تُشكل حلقة من حلقات العلاقات العامة، لأنها تنقل أحداث الدول والمدن والقصبات في العالم وبأساليب مختلفة وحسب قدرة المدون في إيصال المعلومة للقارئ، ومن هنا يفرض المدون أُسلوبه وصياغته وقوة تعبيره على المتصفح للانترنيت، ويكسب جمهوراً يتفاعل معه من مختلف دول العالم خاصة أن المدونات اكتسحت العالم بأسره ومنها الدول العربية عامة والعراق خاصة، الذي أصبحت حركة التدوين فيه تنتشر بين صفوف المثقفين والشباب والنساء ومختلف طبقات المجتمع.

يعمد المدونون إلى إرضاء جمهورهم عن طريق إدخال كل جديد وممتع في مدوناتهم بواسطة تحديثها باستمرار، وثم تقسيم التدوين حسب التسلسل والزمن، وحصلت على نتيجة هي أن التحديث غير المنتظم كان بنسبة ٦٣٪، والتحديث الشهري بنسبة ٢٦٪، والنصف شهري بنسبة ٥٤٪، والأسبوعي بنسبة ٢,٦٨٪، والنصف أسبوعي ١,١٤٪، وهذا يعكس قلة ممارسة المدونين للكتابة اليومية لأن مدوناتهم حديثة الإنشاء أو التكوين، وتتعاون عملية التحديث بين المدونين وحسب تفرغهم أو قدرتهم على مواصلة الكتابة وإثراء محتوى المدونة بالمعلومات لكون أغلب المدونين من غير المتفرغين وغير مهيئين للتدوين بسبب ارتباطاتهم الوظيفية أو المهنية في كسب رزقهم، وكون المدونة هواية تصقل مواهبهم الأدبية والعلمية والفنية وغيرها.

إن استخدام اللغة العربية بشكل كبير في موقع جيران حد من الانتشار العالمي

للمدونات، لأن المدونين حصروا نتاجاتهم بشكل كبير في مجال يمكن استغلاله عالمياً ومن خلاله يمكن أن نعطي صورة مشرقة عن واقعنا العربي، وكما يستخدم الغرب اللغة الانجليزية في الإعلانات في المواقع العربية، فيمكننا أن نسهم بنقل تراثنا وحضارتنا إلى الآخرين وبعدة لغات، إضافة إلى أن استخدام اللهجات العامية في المدونات يجعلها تكون محدودة بالبلد الذي تصدر منه، ويقلل من أهميتها عربياً خصوصاً بعد أن أصبح الانترنيت وسيلة عالمية للتخاطب وتجاوز الحدود الإقليمية بفضل الترجمة الفورية وبجميع اللغات، مما أزال حاجز اللغة في التخاطب، ووسع المشاركة في التفاعل بالآراء من المحلية إلى العالمية، ومع وجود مدونات عربية باللغة الانجليزية والفرنسية ووجود مدونات أجنبية بلغات عربية وانجليزية فقد حققت المدونات العربية الصفة العالمية من خلال دخولها لدول العالم ودخول دول العالم إليها، وهذا ما شاهدناه في عينة البحث.

حظيت الصفحات الشخصية في المدونة بغزارة الإعلانات ومِن تَصَفُّح هذهِ الصفحات نرى أنها تضم الإعلانات في الأعلى والأسفل، وتتنافس الإعلانات في هذهِ الصفحة، وكانت حصة إعلانات شهر تموز إعلاني AME linfo وT.V. Arab في أُسلوب النافذة أعلى الصفحة، وإعلانات عمود في أسفل الجهة اليمنى للصفحة، كانت تقيم إعلانات البئر وهو أسلوب ثابت ويضم إعلانات عديدة داخل المستطيل، وعند الضغط على الماوس تفتح لك صفحة خاصة بالإعلان، ويَضم هذا العمود الإعلاني من خمسة إلى ستة إعلانات في مربع أو مستطيل واحد، وكانت لغة الإعلان في الصفحة الشخصية ، باللغة العربية وبنسبة كبيرة، وتليها اللغة الانجليزية بعدها، وهي إعلانات غالباً ما تكون من محرك البحث Google وغيرها من شركات الإعلان.

يسعى المعلنون إلى استخدام اللغة التي يستخدمها المتصفحون ضمن الرقع الجغرافية لهم من أجل كسب أسواق جديدة، وكانت نسبة اللغة العربية في

إعلانات المدونات هي الغالبة، وتليها اللغتان العربية والإنكليزية في التدوين، وبعدها اللغة الإنكليزية، وتختلف لغة الإعلان عن لغة المدونة لأن لغة الإعلان تسعى لاستقطاب الجمهور لموقع آخر يختص بالمنظمة أو المؤسسة التي ترعى الإعلان.

وأما لغة الإعلان في الصفحة الشخصية، فإن اللغة العربية كانت بنسبة ٧٣٪ واللغة الإنكليزية بنسبة ٢٧٪، وهي إعلانات غالباً ما تكون من محرك البحث Google وغيرها من شركات الإعلان.

أخذت الدعاية في المدونات أشكالاً عدة، وكانت الدعاية الشخصية في المرتبة الأولى وبلغت بنسبة ٨٠٪، ودعاية المؤسسات الإنتاجية والخدمية بلغت بنسبة ١٣٪، والشخصيات المهنية ٤٪، ومنظمات وأحزاب بنسبة ٣٪، وأتاحت هذهِ المدونات لأصحاب المواهب كافة سواء كانت شخصية أم أدبية أم علمية أم فنية أم رياضية أم تجارية أم أحزاباً وقوى سياسية للتعبير عن أفكارهم ومشاريعهم عبر مدوناتهم، وهذهِ الدعاية شكلت في محتواها أساليب القائمين عليها لجذب وكسب الجمهور نحوهم.

وشملت الدعاية في الصفحات الشخصية عن طريق استخدام المدون اسمه الحقيقي أو المستعار أو بواسطة رموز، وتبين أن الذين يكتبون أسماءهم باللغة الانكليزية يمثلون نصف المدونين ضمن العينة ويليهم الذين يكتبون عناوين بريدهم الالكتروني، ويليهم الذين يكتبون باللغة العربية ويمثلون ١٦٪، والذين يكتبون أسماءهم باللغتين العربية والانكليزية بنسبة ٣٪، ويسعى المدونون في مدوناتهم باستخدام أسمائهم الحقيقية في حالة رغبتهم في إبراز شخصيتهم ومواهبهم وجذب المتصفحين لهم والتفاعل معهم، فيما يسعى آخرون الى استخدام عناوينهم البريدية من أجل جذب المتصفحين والتفاعل معهم عبر البريد

الالكتروني الإيميل سواء عن طريق الرسائل أم الحوار المباشر عبر الماسنجر، إضافة إلى استخدام أسماء مستعارة كالأسد وغيرها من الأسماء لنقد مجتمعاتهم المحلية أو العربية بعيداً عن السلطة، مما يجعلهم يكتبون بحرية أكبر وأوسع، إضافة إلى قيام قسم من المدونين باستخدام رموز أو حروف وأرقام إلى خلق حالة من التفاعل مع الجمهور.

ويستقطب عدد من المدونين القُراء في صفحاتهم الشخصية عن طريق الكشف عن مكونات شخصيتهم، واستعراض تفاصيل أدق عن حياتهم، وتشمل هذهِ المدونات استعراض سيرتهم الذاتية وبنسبة ٩١٪ والهوايات والمهنة بنسب بسيطة، ويسعون من ذلك إلى كسب جمهور لهم وفرص عمل تتناسب وكفاءتهم واختصاصاتهم وجذب من يشاركهم في الهموم نفسها.

المدونات عكست هاجس انفعالات وأفكار المدون للواقع الذي يعيشه وما يطرأ على الساحة العربية سواء كان أحداثاً سياسية أو ثقافية أو فنية أو علمية أو دينية، ومن خلال التصفح المباشر لمدونات مجتمع البحث وعينته تبين من محتوى المدونات أنها تجمع الأفكار المتقاربة وتتفاعل معها ضمن محتوى واحد من أجل خلق حالة تفاعل وحوار وتوسيع المشاركة في الموضوع الذي تم تدوينه في المدونة ، وتسهم هذهِ المدونات في خلق حالة تفاعل بين الجمهور وهذهِ الأحزاب أو القوى السياسية أو الأدبية أو الدينية وغيرها لكسب تأييدها في منهجها المعد مسبقاً لهذا الغرض.

التوصيات:

كون العراق جزء من عينة البحث وله مساهمات ونسبة متقدمة في المدونات العربية ،يوصي الباحث بما يأتي:

١- التوسع في فتح ورش العمل بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني لإنشاء مدونات عراقية رصينة ترصد الواقع وتعمل على إعلاء الشأن العراقي وإنجازات شعبه في المجالات كافة كما وتعكس قدرة العراقيين على تطويع هذا الجانب التقني لخدمة العراق وشعبه وكما هو معمول به في عدد من الدول العربية.

٢- العمل على خلق تجمع أو اتحاد للمدونين العراقيين لتنظيم عملهم ودعمهم ورعايتهم كما هو معمول به في أغلب الدول العربية والإسهام من خلال تطوير المدونات وخلق حالة التنافس النزيهة بينهم.

٣- حث نقابة الصحفيين العراقيين على العمل بفتح نافذة بين المدونين العراقيين وخلق تعاون مشترك؛ لكون المدونين هم صحفيي المستقبل، وممن تزخر كتاباتهم بقبول الرأي العام لها وتتفاعل معها، وكما هو معمول به في أغلب دول العالم.

٤- فتح آفاق واسعة لكل فئات الشعب لممارسة الكتابة والتعبير عن طريق تشجيع إنشاء المدونات، وحث الفئات العمرية من الشباب خصوصاً لإبداعها في هذا المجال، ومنها الجامعات والمعاهد والثانويات ومراكز العمل في شتى ميادين الحياة لكونها وسيلة عصرية ونافذة يطل منها ذوو المواهب وأصحاب الشركات والمؤسسات على العالم.

٥- إيجاد وسائل للمنافسة بين المدونين عن طريق إقامة المسابقات المحلية والدولية بين المدونين وحسب محتوى المدونات، وهذا الأسلوب بادرت به ألمانيا قبل خمس سنوات وتبعها عدد من الدول في العالم ومنها مصر.

٦- احتضان المدونين المتميزين ودعمهم من قبل وسائل الإعلام عن طريق نشر نتاجاتهم في وسائل الإعلام، وهذا الأسلوب اعتمدته أغلب وسائل الإعلام

الأمريكية والألمانية لكون المدون مخبراً محلياً يمكنه تصوير الحدث مباشرة عبر هاتفه الشخصي أو الكامرة التي يحملها، مما قد يحقق سبقاً على وسائل الإعلام، إضافة إلى وصفه للحدث بعفوية وبعيداً عن تأثير السلطات في صياغة الحدث .

٧-حث دوائر العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص على إنشاء مدونات تعكس نشاطات وفعاليات المؤسسة أو المنظمة التي يعمل بها المدون لسهولة الإنشاء، ورخص الكلفة، وتسهيل عملية التواصل مع الجمهور، ومواكبة التطورات العالمية، وهذه الظاهرة أصبحت متبعة عالمياً .

ملحق رقم (١)

عينة البحث

ت	اسم المدونة	لغتها	اسم صاحب المدونة	جنسيتها	تاريخ الإضافة	نوع المحتوى
١	سيارات	عربية	فارس صالحي	الكويت	١/ ٧	اقتصادية
٢	Alfanan Alwahed	عربية	أستاذ اللغة العربية	مصر	١/ ٧	ثقافية
٣	الحقيبة الالكترونية	عربية	عبد الكريم الأطرش	سوريا	١/ ٧	علمية
٤	Cirur GIA Plastic	الانكليزية	Dr. Bernado froes	انكلترا	١/ ٧	علمية
٥	EL-AZONI	عربية انكليزية	elboss2002000	مصر	١/ ٧	ترفيهية
٦	التجارة الذكية من شركة كويت نت	عربية	ny903012eo notmall.com	سوريا	١/ ٧	اقتصادية
٧	Itqpda TEAM	عربية انكليزية	itqpda	العراق	١/ ٧	علمية
٨	الصباح الجديد	عربية	abouarigc	تونس	١/ ٧	ثقافية
٩	الغنى الذهبى	عربية	hadyteam	مصر	١/ ٧	ثقافية
١٠	جلوري نيم	عربية/ E	gloryteam	مصر	١/ ٧	ثقافية
١١	بوابة الاستثمار فى السودان	عربية	Ali dawd	السودان	١/ ٧	اقتصادية
١٢	حليمة	عربية	halima 88	الجزائر	٢/ ٧	اجتماعية
١٣	دليل الحق Y.9-bank	عربية/ E	Span	اليمن	٢/ ٧	اقتصادية
١٤	المتألقة	عربية	Ilham 94	الجزائر	٢/ ٧	ثقافية
١٥	أحاسيس بدون موعد	عربية	أحمد جاحو	مصر	٢/ ٧	ثقافية
١٦	محمد	عربية	mody 1996	الأردن	٢/ ٧	فنية
١٧	صداقة	عربية	Samer 1983	العراق	٣/ ٧	ثقافية
١٨	صاحب النحاسة	عربية	maitham 88	البحرين	٣/ ٧	ثقافية
١٩	عدنان والحياة	عربية	Adnandridi	الجزائر	٣/ ٧	ثقافية
٢٠	على سمير باقي	عربية	Ali samiryaghi	لبنان	٣/ ٧	ثقافية
٢١	لا تحزن	عربية	ramooma EE	الجزائر	٣/ ٧	ثقافية
٢٢	LOGOMEDIA الإنتاج الفني	عربية	log media	الكويت	٣/ ٧	فنية/ تجارية

٢٣	آخر لقاء	عربية	tawel 90	قطر	٣/ ٧	فنية
٢٤	أسود الرافدين	عربية	سجاد عراقي	العراق	٣/ ٧	رياضية
٢٥	آراء	عربية	salyooo	مصر	٤/ ٧	ثقافية
٢٦	الإبداع	عربية	abobelal123	مصر	٤/ ٧	ثقافية
٢٧	المستقبل	عربية	almostakbal أبو عماد	ليبيا	٤/ ٧	اجتماعية
٢٨	بوابة أين كولمان	عربية/ E	ياسين العيدي بوكمازي	المغرب	٤/ ٧	رياضية
٢٩	عالم الكومبيوتر والمحمول	عربية/ E	عمر جاديش وإبراهيم الشامي	مصر	٤/ ٧	علمية
٣٠	شفت مرة	عربية	Shroud 125	مصر	٤/ ٧	ثقافية
٣١	فضفضة مجنون	عربية	فارس الأحزان	مصر	٤/ ٧	ثقافية
٣٢	صديقي	عربية	boumissi	الجزائر	٥/ ٧	ثقافية
٣٣	ضوء الفجر	عربية	moon 707	السعودية	٥/ ٧	ثقافية
٣٤	كلمات حائرة	عربية	Kokies	مصر	٥/ ٧	ثقافية
٣٥	متفرقات	عربية	Salem 519	السعودية	٥/ ٧	ثقافية
٣٦	Alhaarbi	عربية	Ahmed Alharbi أحمد الحربي	السعودية	٥/ ٧	ثقافية
٣٧	السلام إسلام وادي	عربية	nor 3009	المغرب	٥/ ٧	ثقافية
٣٨	DREAM DVD Group توزيع تسويق	عربية/ E	dream group dvd	البحرين	٥/ ٧	اقتصادية
٣٩	الحب في الله	عربية	allsahoor أحمد جميل	السودان	٥/ ٧	دينية
٤٠	مركز الإدارة العالمية	عربية	Firas 4 all	سوريا	٦/ ٧	اقتصادية
٤١	التواصل	عربية	Yuosof	فلسطين	٦/ ٧	ثقافية
٤٢	الصداقة	عربية	blulam	السودان	٦/ ٧	ثقافية
٤٣	حياتي موطني	عربية	chiraZ 90	الجزائر	٦/ ٧	ثقافية
٤٤	روح الورد	عربية	roo7aloard	السعودية	٦/ ٧	ثقافية
٤٥	أطفال العراق	عربية	Mustafa Sadi	العراق	٧/ ٧	ثقافية
٤٦	عابر سبيل	عربية	mgdyshalaby	مصر	٧/ ٧	ثقافية
٤٧	علي تفرج	عربية	rody82	مصر	٧/ ٧	ثقافية
٤٨	الدنيا لسه بخير	عربية	elbakeel helm	مصر	٧/ ٧	ثقافية
٤٩	عمر جاويش	عربية	amora20I096	مصر	٧/ ٧	فنية
٥٠	صيني	عربية	nemobeby	مصر	٧/ ٧	ثقافية
٥١	عابرطريق	عربية	Mgdy shababyشلبي	مصر	٧/ ٧	ثقافية
٥٢	شباب فور الزرق f222	عربية	ccccr	مصر	٧/ ٧	اجتماعية
٥٣	Gamlocity	عربية	Gamala Wadellh جمال وعد الله	مصر	٧/ ٧	ثقافية
٥٤	الأهلي	عربية	medomeko2w92828	مصر	٧/ ٧	رياضية
٥٥	all new	عربية	Monamedsarhn	مصر	٧/ ٧	فنية

٥٦	Bad credit car Loans قروض السيارات	عربية/ E	Car loanson line	الولايات المتحدة	٨/ ٧	اقتصادية
٥٧	Google G mail	E	Itunes	تركيا	٨/ ٧	اقتصادية
٥٨	الإرادة تصنع الإنسان	عربية	Salah jenedy	سوريا	٨/ ٧	علمية
٥٩	خالد القاطرجي	عربية	Khalid aldatirji	الإمارات	٨/ ٧	ثقافية
٦٠	خبير تنمية اجتماعية	عربية	areegel shikh	مصر	٨/ ٧	اجتماعية
٦١	للعيون	عربية	Yaes	المغرب	٨/ ٧	ثقافية
٦٢	كفاح شباب مسلم	عربية	elmolky lighty	مصر	٨/ ٧	دينية
٦٣	صفحة من ذكرياتي	عربية	love6823	مصر	٨/ ٧	ثقافية
٦٤	سحر الأشياء	عربية	amellabatrabi	سوريا	٩/ ٧	ثقافية
٦٥	سنوات الضياع	عربية	yasmena78	سوريا	٩/ ٧	ثقافية
٦٦	شركة الثراء للتجارة والصناعة	عربية	alpetra1993	فلسطين	٩/ ٧	اقتصادية
٦٧	شركة مزاج نت	عربية	gwfaa	الأردن	٩/ ٧	اقتصادية
٦٨	لوحات تصويرية	عربية	roluspace	تركيا	٩/ ٧	فنية
٦٩	السعادة	عربية	allter2030	سوريا	٩/ ٧	ثقافية
٧٠	الزلزال	عربية	fadiamanmodd	سوريا	٩/ ٧	ثقافية
٧١	إيقاعات أدبية	عربية	د. إبراهيم ياسين	اندونيسيا	٩/ ٧	ثقافية
٧٢	لعض العلم	عربية	hane059	سوريا	٩/ ٧	ثقافية
٧٣	Alsaher	عربية	MALSAHER	السعودية	٩/ ٧	فنية
٧٤	أبو علي الصالحي	عربية	hl967	العراق	٩/ ٧	ثقافية
٧٥	البصائر	عربية	good08	الجزائر	٩/ ٧	دينية
٧٦	عازف الليل	عربية	محمود مرزوق	مصر	١٠/ ٧	ثقافية
٧٧	التضخم	عربية	Osama Amar0f50	سوريا	١٠/ ٧	اقتصادية
٧٨	الحب حلو	عربية	mm00gl	مصر	١٠/ ٧	ثقافية
٧٩	الرصيف الحافي	عربية	مفرج المحيفل	السعودية	١٠/ ٧	ثقافية
٨٠	الشعر الفراغي	عربية	Ibrahem Abdallh	سوريا	١٠/ ٧	ثقافية
٨١	العدالة في الإسلام	عربية	Bessen94	سوريا	١٠/ ٧	دينية
٨٢	الموسيقى العربية	عربية	Mustafa Kassoum	تنزانيا	١٠/ ٧	فنية
٨٣	تكنولوجيا المعلومات	عربية	ceit	فلسطين	١٠/ ٧	دينية
٨٤	الرسالة الحضارية	عربية	Hala Kalouf	سوريا	١١/ ٧	دينية
٨٥	حرية التعبير	عربية	Rozarita55 kevac	سوريا	١١/ ٧	ثقافية
٨٦	خادم القرآن	عربية	server Quran	العراق	١١/ ٧	دينية
٨٧	تجربتي	عربية	Shimoo1985	مصر	١١/ ٧	ثقافية
٨٨	المدونة الثقافية	عربية	Ghada Jallow	سوريا	١١/ ٧	ثقافية
٨٩	وحي الكيبورد	عربية	معن علبي	سوريا	١١/ ٧	ثقافية
٩٠	إرث هاوس لتجارة ورق الأفراح	عربية	Ebrahim tara2003	مصر	١١/ ٧	اقتصادية

٩١	التسلية	عربية	2008Mohemmed	فلسطين	٧ /١١	ترفيهية
٩٢	قول في الميزان	عربية	Liina82	سوريا	٧ /١٢	ثقافية
٩٣	كن مبدعاً	عربية	Fatima Sarban	سوريا	٧ /١٢	علمية
٩٤	محطات في تاريخ الجيش العراقي	عربية	Apnal Iraq???	العراق	٧ /١٢	ثقافية
٩٥	fnoon haboab	عربية	Haboub Ibrahim	السعودية	٧ /١٢	ثقافية
٩٦	أطفال الحجارة	عربية	Olaa Ibakour84	سوريا	٧ /١٢	ثقافية
٩٧	الإخلاص	عربية	maaskotmaaskot7	المغرب	٧ /١٢	اجتماعية
٩٨	التباعد الأسري	عربية	Fida Aubdu	سوريا	٧ /١٢	اجتماعية
٩٩	الحياة	عربية	revenger03	مصر	٧ /١٣	ثقافية
١٠٠	الرأي الحر	عربية	oustad57	الجزائر	٧ /١٣	علمية
١٠١	Am-ndooosh	عربية	ndooosh	السعودية	٧ /١٣	فنية
١٠٢	angeaya	عربية	angelaya	لبنان	٧ /١٣	إعلامية
١٠٣	artinmylife	عربية	samella	سوريا	٧ /١٣	فنية
١٠٤	كلام في المفيد	عربية	samen	مصر	٧ /١٣	دينية
١٠٥	مجنون رابح	عربية	obe7	السعودية	٧ /١٣	فنية
١٠٦	ilayka	عربية	ilayka	المغرب	٧ /١٣	ثقافية
١٠٧	كلمات باقية	عربية	محمد المخزنجي	مصر	٧ /١٤	ثقافية
١٠٨	شركة راما العقارية	عربية	سالم فتحي	مصر	٧ /١٤	اقتصادية
١٠٩	شعاع أمل	عربية	shoaaAmal	السعودية	٧ /١٤	ثقافية
١١٠	amoorey	عربية	amoory	السودان	٧ /١٤	ثقافية
١١١	Excellent vin cutter, laser Engraver from	E	redsailjune0807	China الصين	٧ /١٤	اقتصادية
١١٢	forxgenscalpi	عربية/ E	for exgenonline brokerage	أمريكا	٧ /١٤	اقتصادية
١١٣	العولمة	عربية	frilahmd	سوريا	٧ /١٤	ثقافية
١١٤	الحقيقة- قلم حر	عربية	anaquya	ليبيا	٧ /١٥	رياضية
١١٥	الرأي الحر	عربية	alkhansaa	سوريا	٧ /١٥	سياسية
١١٦	بين أفكاري	عربية	feedisussion	مصر	٧ /١٥	ثقافية
١١٧	خوارزمية النحل	عربية	asmabbarakat	سوريا	٧ /١٥	علمية
١١٨	hamsahemsa	عربية	Hoda Tom fik	مصر	٧ /١٥	ثقافية
١١٩	http مجذوب بني زروال	عربية	nomdahmerimed	المغرب	٧ /١٥	ترفيهية
١٢٠	سماء	عربية	osama	السودان	٧ /١٥	ثقافية
١٢١	عالم القوالب	عربية	أبو سعد	الإمارات	٧ /١٥	علمية
١٢٢	صمت مهاجرة	عربية	Nigrantn	عمان	٧ /١٥	ثقافية
١٢٣	مدرسة التحليل النفسي	عربية	الفريدوية	سوريا	٧ /١٥	ثقافية
١٢٤	شاب في رحلة	عربية	مشاري	السعودية	٧ /١٦	ثقافية

١٢٥	مختارات	عربية	Mahmoud Ayyash	الأردن	١٦/ ٧	علمية
١٢٦	a71abnt123	عربية	a7Iabnt123	فلسطين	١٦/ ٧	فنية
١٢٧	songs of life about my life	E	slashergo	Malaysia ماليزيا	١٦/ ٧	دينية
١٢٨	الباقة مع مزنة	عربية	Mezn	السعودية	١٦/ ٧	اقتصادية
١٢٩	الحياة تعلم	عربية	kamouradda	الجزائر	١٧/ ٧	ثقافية
١٣٠	دوار الشمس	عربية	dimed and ash	سوريا	١٧/ ٧	ثقافية
١٣١	Hezbolla	E	hezbolla	بلجيكا	١٧/ ٧	سياسية
١٣٢	poetry67 قصائد نثرية	عربية	poetry67	سوريا	١٧/ ٧	ثقافية
١٣٣	أحزان لا تنتهي	عربية	samerrefaie	مصر	١٧/ ٧	ثقافية
١٣٤	الاتحاد الإقليمي للجمعيات والمؤسسات الأهلية	عربية	ethadelminla	مصر	١٧/ ٧	اقتصادية
١٣٥	الحرية	عربية	krlmou96	الجزائر	١٧/ ٧	رياضية
١٣٦	كل شيء عن اللغة الفرنسية	عربي/ فرنسي	daoud600	سوريا	١٧/ ٧	ثقافية
١٣٧	كل ما هو جديد في عالم السيارات	عربية	mostfaland	مصر	١٧/ ٧	اقتصادية
١٣٨	شوية هموم	عربية	morshed73	مصر	١٧/ ٧	ثقافية
١٣٩	عالم الديكورات والدهانات المنزلية	عربية	Osama	مصر	١٨/ ٧	اقتصادية
١٤٠	عملات ورقية	عربية	samacoins	السعودية	١٨/ ٧	ثقافية
١٤١	ليبيا	عربية	ooasel	ليبيا	١٨/ ٧	ثقافية
١٤٢	ABNDJLA	عربية	abndjla	الإمارات	١٨/ ٧	ثقافية
١٤٣	DeaD smile تحياتي لمن دمر حياتي	عربية	DeDsmile	مصر	١٨/ ٧	ثقافية
١٤٤	hamada allam	عربية	hamadaallam	مصر	١٨/ ٧	ترفيهية
١٤٥	السلوك في مزرعة	عربية	كامل عمرو	لبنان	١٨/ ٧	اقتصادية
١٤٦	خير الرجال	عربية	الراوي	swaziland	١٨/ ٧	دينية
١٤٧	المرأة الموريتانية	عربية/ E	rimnموريتانيا	موريتانيا	١٩/ ٧	اجتماعية
١٤٨	er7ley.com	عربية	er7ley	الكويت	١٩/ ٧	ثقافية
١٤٩	طليعة النور	عربية	nousour	الجزائر	١٩/ ٧	ثقافية
١٥٠	فنون	عربية	bassam younis	مصر	١٩/ ٧	ثقافية
١٥١	عالم مختلف	عربية	d93ksu1	السعودية	١٩/ ٧	فنية
١٥٢	Alsaber	عربية	MALSAHER	السعودية	١٩/ ٧	فنية
١٥٣	كلنا مغاوير Cavamoisoflan	عربية	sousou80	المغرب	٢٠/ ٧	دينية
١٥٤	Go Go	عربية	GoGo4All people	الكويت	٢٠/ ٧	ترفيهية

١٥٥	أغلب الوقت	عربية	ofofoh	الأردن	٢٠/ ٧	ثقافية
١٥٦	سعادة الأغنياء	عربية	NaGHAMGAREB77	سوريا	٢٠/ ٧	ثقافية
١٥٧	الحقيبة السوداء	عربية	Jaberel fata74	الجزائر	٢٠/ ٧	ثقافية
١٥٨	العراق الموحد	عربية	محمد العراقي	العراق	٢٠/ ٧	دينية
١٥٩	تبادل المعلومات	عربية	rafid2009	الجزائر	٢٠/ ٧	ثقافية
١٦٠	رحلة حب	عربية	mmlove20104	مصر	٢٠/ ٧	ثقافية
١٦١	حياة إنسان	عربية	sherwet56	مصر	٢٠/ ٧	ثقافية
١٦٢	السيحة في المنطقة الوسطى	عربية	elhom459	سوريا	٢٠/ ٧	اقتصادية
١٦٣	الطريقة النقشبندية العليا	عربية	sadekkhateeb	سوريا	٢٠/ ٧	دينية
١٦٤	taufi988	عربية	توفيق يا وزير	اليمن	٢١/ ٧	ثقافية
١٦٥	تأملات بلا حدود	عربية	123moni	المغرب	٢١/ ٧	ثقافية
١٦٦	Abulfadll	عربية	abulfadll	المغرب	٢١/ ٧	دينية
١٦٧	Bianet	عربية	مولاي مهدي moulay mehdi	المغرب	٢١/ ٧	اقتصادية
١٦٨	English data in formation	E	englishgroupti	سوريا	٢١/ ٧	ثقافية
١٦٩	Kobroo	عربية	kobroo	مصر	٢١/ ٧	دينية
١٧٠	أقرأني	عربية	mimichb	الجزائر	٢١/ ٧	ترفيهية
١٧١	الأميرا	عربية	الأميرا	مصر	٢١/ ٧	فنية
١٧٢	لا تقرأ	عربية	HAjouan	سوريا	٢١/ ٧	ثقافية
١٧٣	Wallem	عربية	wallem	السعودية	٢١/ ٧	ثقافية
١٧٤	كليبات	عربية	elhoot20	مصر	٢٢/ ٧	فنية
١٧٥	عالم العالم	عربية	ronaldkaka	السعودية	٢٢/ ٧	ثقافية
١٧٦	إعلانات الفساد	عربية	صحفيون ضد الفساد	العراق	٢٢/ ٧	إعلامية
١٧٧	سجاد العراقي	عربية	segadkamel	العراق	٢٢/ ٧	ثقافية
١٧٨	13 eawty of mathematics	عربية/ E	nawara717	سوريا	٢٢/ ٧	ثقافية
١٧٩	تذكرgooda 86	عربية	gooda86	مصر	٢٢/ ٧	اجتماعية
١٨٠	for truth seader islamic	E	itsallenw	مصر	٢٢/ ٧	دينية
١٨١	الأمومة	عربية	رانيا	سوريا	٢٢/ ٧	اجتماعية
١٨٢	التجوال العربي	عربية	ragab1080	مصر	٢٢/ ٧	اقتصادية
١٨٣	الحياة ليس كل ما نراه صحيح	عربية	mlhm777	سوريا	٢٢/ ٧	فنية
١٨٤	العقل والروح	عربية	suncool	الإمارات	٢٢/ ٧	ثقافية
١٨٥	جمال العربية	عربية	يونس وهيم	المغرب	٢٢/ ٧	ثقافية
١٨٦	حبيبي يا رسول الله	عربية	mimii017	الجزائر	٢٢/ ٧	دينية
١٨٧	حكم	عربية	sqr90	المغرب	٢٣/ ٧	ثقافية
١٨٨	حزب الإصلاح العربي الديمقراطي	عربية	aleslah arabi	العراق	٢٣/ ٧	سياسة
١٨٩	بلدتي صباح الحلاوي ..	عربية	ميساء سليم علوش	لبنان	٢٣/ ٧	ثقافية

١٩٠	زهرة تموز	عربية	RooArwaDory	السعودية	٢٣/ ٧	ثقافية
١٩١	روحي اليماني	عربية	علا	سوريا	٢٣/ ٧	ثقافية
١٩٢	زهرة الهيبستلي	عربية	GARDENER	العراق	٢٣/ ٧	ثقافية
١٩٣	فكاهة	عربية	slsl44	مصر	٢٣/ ٧	ترفيهية
١٩٤	قصصنا	عربية	abdouhikki	المغرب	٢٣/ ٧	ثقافية
١٩٥	تجربة	عربية	أميرة الشعر	سوريا	٢٣/ ٧	ثقافية
١٩٦	قمة من نوادر القمم	عربية	alwaooa	قطر	٢٣/ ٧	ثقافية
١٩٧	روائع الفن	عربية	أيمن الظريف	لبنان	٢٤/ ٧	ثقافية
١٩٨	عيش حياتك	عربية	ساندرا	فلسطين	٢٤/ ٧	ثقافية
١٩٩	مدمر البيوت	عربية	sahar702004	مصر	٢٤/ ٧	ثقافية
٢٠٠	الأمل بالغد	عربية	narjes74	فلسطين	٢٤/ ٧	اجتماعية
٢٠١	أفراح حاتم	عربية	afrahfaris	المغرب	٢٤/ ٧	اقتصادية
٢٠٢	بوح مشاعري	عربية	ashwagalanzi	السعودية	٢٤/ ٧	ثقافية
٢٠٣	رحلة المعرفة عبر النت	عربية	amarashad	فلسطين	٢٤/ ٧	علمية
٢٠٤	خواطر	عربية	sawsanahdbz	سوريا	٢٤/ ٧	ثقافية
٢٠٥	السلام	عربية	Ahmad Shabib	كندا/ العراق	٢٤/ ٧	ثقافية
٢٠٦	كلماتي	عربية	elmegake	مصر	٢٥/ ٧	ثقافية
٢٠٧	Sama	عربية	sama1980	الأردن	٢٥/ ٧	اجتماعية
٢٠٨	ahly4ever		Ahlyforever	مصر	٢٥/ ٧	رياضية
٢٠٩	bleeding love نزيف الحب	عربية	bleedinglove	مصر	٢٥/ ٧	دينية
٢١٠	Literary cyiticism	عربية	newcritic	مصر	٢٥/ ٧	ثقافية
٢١١	إسلاميات	عربية	badry3577	مصر	٢٥/ ٧	دينية
٢١٢	بقرة بني إسرائيل	عربية	أحمد عبد الحليم	مصر	٢٥/ ٧	دينية
٢١٣	تناهيد	عربية	DREAMLASS	السعودية	٢٥/ ٧	ثقافية
٢١٤	خواطر عبد الحميد جدي	عربية	ihamid	الجزائر	٢٦/ ٧	فنية
٢١٥	خواطر رياضية	عربية	منذر الكمالي	الإمارات	٢٦/ ٧	رياضية
٢١٦	بأبي وأمي أنت يا رسول الله	عربية	aboeyad2008	قطر	٢٦/ ٠٧	دينية
٢١٧	بحر	عربية	badralnady	مصر	٢٦/ ٧	ثقافية
٢١٨	بيجي صلاح الدين	عربية	badralnaBAIji4 IRAQ	العراق	٢٦/ ٧	ثقافية
٢١٩	ترانيم من شقة الحزن	عربية	سليمان المقداد	سوريا	٢٦/ ٧	ثقافية
٢٢٠	جيل يتغنى بالقرآن	عربية	omghassan1997	لسعودية	٢٦/ ٧	دينية
٢٢١	دريم adsl	عربية	وحيد جمال الحر	مصر	٢٦/ ٧	اقتصادية
٢٢٢	البساطة	عربية	sham09	سوريا	٢٦/ ٧	ثقافية
٢٢٣	البعث الجديد نحو مستقبل مشرف لدار العلوم	عربية	محمد متولي	مصر	٢٦/ ٧	ثقافية
٢٢٤	مذكرات أنثى مغتربة	عربية	الجود	الولايات المتحدة الأمريكية	٢٦/ ٧	ثقافية

٢٢٥	صدى صوتي	عربية	عيد الحربي	السعودية	٧ /٢٧	ثقافية
٢٢٦	fans Bids	E	matches	الأرجنتين Argentine	٧ /٢٧	ثقافية
٢٢٧	أحباب العراق	عربية	إيهاب الجوراني	العراق	٧ /٢٧	ثقافية
٢٢٨	البادبان	عربية	أبو مشاري	اليمن	٧ /٢٧	ثقافية
٢٢٩	الحجاب	عربية	zerglainsldil	الجزائر	٧ /٢٧	دينية
٢٣٠	أوركيد الشرم دعاية منذ فيه	عربية	orchidalsharm	السعودية	٧ /٢٧	اقتصادية
٢٣١	حينها التقيت	عربية	enas60	مصر	٧ /٢٧	ثقافية
٢٣٢	الربح عبر الانترنيت	عربية	nafiyi	المغرب	٧ /٢٨	اقتصادية
٢٣٣	المهاجر	عربية	ledemocrat	بلجيكا	٧ /٢٨	ثقافية
٢٣٤	الأسف لما يجري	عربية	بنيان	الأردن	٧ /٢٨	دينية
٢٣٥	ساسة السودان	عربية	ayat444	السودان	٧ /٢٨	سياسية
٢٣٦	صدق انتهينا	عربية	9dqanthena	كندا	٧ /٢٨	ثقافية
٢٣٧	لعيون الأصفر	عربية	13yonalasfer	السعودية	٧ /٢٨	رياضية
٢٣٨	مالك الطائي الوافي	عربية	مالك كريم	العراق	٧ /٢٨	ثقافية
٢٣٩	كل القلوب	عربية	alaaramdom4	مصر	٧ /٢٨	ثقافية
٢٤٠	Video streaming	E	mustafaabdien	مصر Egept	٧ /٢٨	إعلامية
٢٤١	الأحلام/ لغة فرنسية	عربية/ فرنسية	darin1980	سوريا	٧ /٢٨	ثقافية
٢٤٢	الثقة بالنجاح	عربية	nesreensoph	سوريا	٧ /٢٨	علمية
٢٤٣	الجزائر بلادي الحبيبة	عربية	ayoub1977	الجزائر	٧ /٢٩	دينية
٢٤٤	Serbian Arabian Basiness Club	عربية	hamurbihaki	كرواتيا	٧ /٢٩	اقتصادية
٢٤٥	الروض العاطر	عربية	محمد متولي	مصر	٧ /٢٩	ثقافية
٢٤٦	النمر العقارية الخليجية للتسويق والاستشارات العقارية	عربية	الدكتورة أمل النمر	مصر	٧ /٢٩	اقتصادية
٢٤٧	الهدف جامعة عين شمس	عربية	rawiafarag	مصر	٧ /٢٩	اجتماعية
٢٤٨	دليل عقارات مصر	عربية	دليل عقارات مصر	مصر	٧ /٢٩	اقتصادية
٢٤٩	لألي الخريف	عربية	aiyaubmomat	مصر	٧ /٢٩	ثقافية
٢٥٠	شباب المستقبل	عربية	shababarah	مصر	٧ /٢٩	ثقافية
٢٥١	لواء الإسكندرية	عربية	ahmadhusen	سوريا	٧ /٣٠	ثقافية
٢٥٢	الحقيقة	عربية	noderbakkar	سوريا	٧ /٣٠	ثقافية
٢٥٣	الشعر الحديث	عربية/ E	soul8000	سوريا	٧ /٣٠	ثقافية
٢٥٤	الصيام	عربية	amnealahmed	سوريا	٧ /٣٠	دينية
٢٥٥	الفساد الإداري واقع المجتمع العربي	عربية	mashowa	سوريا	٧ /٣٠	اقتصادية

٢٥٦	Sun Ray	عربية	Dina A. Abbas	الأردن	٣١/ ٧	دينية
٢٥٧	التبرا	عربية	medomedo20002824	سوريا	٣١/ ٧	ثقافية
٢٥٨	التفكك الأسري	عربية	firasmemar212	سوريا	٣١/ ٧	اجتماعية
٢٥٩	عصر الرسول	عربية	wfaa1981sh	سوريا	٣١/ ٧	ثقافية
٢٦٠	كلب الأمير	عربية	andygorgees	العراق	٣١/ ٧	ثقافية
٢٦١	ماكنات تصوير	عربية	حسان عمر	مصر	٣١/ ٧	اقتصادية

المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: الكتب العربية:

١- أحمد، النور دفع الله، الإعلان الأُسس والمبادئ، العين- الإمارات، الناشر دار الكتاب الجامعي، ، ٢٠٠٥م.

٢- أحمد، خالد محمد، إعلامنا والمستقبل، دبي، مركز البيان وللدراسات والبحوث،ط١، ١٩٩٨.

٣- أحمد، عبد الله، هندسة تصميم المواقع، سوريا، دار الرضا للنشر، ٢٠٠٠م.

٤- إسماعيل ،محمود حسن ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، دار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣.

٥- أبو العطا، مجدي محمد، تصميم صفحات الانترنيت كمبيوسانت ،القاهرة، دارالعربية لعلوم الحاسبات، ٢٠٠٥.

٦- أبو أصبع، صالح خليل، العلاقات العامة والاتصال الإنساني،عمان الاردن، دار الشروق، ط١، ١٩٩٨م.

٧- أبو تحف، عبد السلام ،هندسة الإعلان، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، ٢٠٠٣.

٨- إيناس محمود، كيف تحصل على تصميم ناجح، القاهرة، مطابع المليجي، ٢٠٠٤.

٩- إمام، إبراهيم، العلاقات العامة والمجتمع، القاهرة، الدار العربي، ١٩٩٨م.

١٠- أساسيات كوريل وDRO ومبادئ الرسم الالكتروني، بيروت، دار الراتب الجامعية، ٢٠٠٠م.

١١- بدوي، هناء حافظ، العلاقات العامة والخدمات الاجتماعية ،القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط١، ١٩٩٩م.

١٢- البكري، أياد شاكر، تقنيات الاتصال بين زمنين، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م.

١٣- بشير العلاق وعلي ربايعة ،الترويج والإعلان، عمان، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع بلا تاريخ نشر.

١٤- البني، يمان، دليل النجاح في امتحان نت ورك Net work، سوريا، شارع النشر والعلوم، ٢٠٠٤م.

١٥- بدر ،أحمد ، الإعلام الدولي، دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، الكويت، وكالة المطبوعات، ١٩٨٥.

١٦- بدر، أحمد ، أُصول البحث العلمي ومناهجه، الكويت، وكالة المطبوعات، ١٩٨٦.

١٧- تركستاني، عبد العزيز عبد الستار، تأثير الإعلان التلفزيوني الدولي على الجوانب الاجتماعية والثقافية في المملكة العربية السعودية، منشورات جامعة الرياض، ١٩٩٩

١٨- التهامي مختار، ود. إبراهيم الداقوفي،العراق، مبادئ العلاقات العامة في البلدان النامية، مؤسسة دار الكتب للطباعة والنشر،جامعة بغداد، ط١، ١٩٨٠م.

١٩- الجنابي، محمد حسن كاظم، المعلومات نشرة العلم، تقنيات، مستقبل، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، الموسوعة الثقافية، ٢٠٠٥م

٢٠- الجوهر، محمد ناجي، العلاقات العامة، المبادئ والتطبيق، الإمارات، رؤية معاصرة، دار القلم للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م.

٢١- جاعد ،حميد ، الإعلام والديمقراطية بين الدعاية والتحريض،بغداد، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي، العدد الثاني/ حزيران/ ٢٠٠٦.

٢٢- حلبي، أنيس، أساسيات تصميم مواقع الانترنيت، بيروت، دار الراتب الجامعية، ٢٠٠٠م.

٢٣- حبيب، راكان عبد الكريم، وآخرون، مقدمة وسائل الاتصال، جدة، مكتبة زهران، ٢٠٠١م.

٢٤- الحسيني، أُسامة، الكومبيوتر والانترنيت، القاهرة، مكتبة ابن سينا، ٢٠٠٢م.

٢٥- حسين، سمير محمد، بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، القاهرة، عالم الكتب، ط٣، ١٩٩٩م.

٢٦- حسين، سيد فاروق، خدمات انترنيت، بيروت، دار الكتب الجامعية، ١٩٩٧م.

٢٧- حسن، محمد حربي ومحمد عبد حسن وحسين ذنون ، العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات، الموصل، دار الحكمة للطباعة والنشر، ١٩٩١م.

٢٨- حامد، إيناس محمود، كيف تحصل على تصميم ناجح، القاهرة، مطابع المليجي، ٢٠٠٤م.

٢٩- الحديدي، منى، الإعلان، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط٢، ٢٠٠٢.

٣٠- خير الدين، حسن محمد، أُصول العلاقات العامة من الناحيتين النظرية والتطبيقية،القاهرة، دار النشر، الجامعات المصرية، ١٩٧٧م.

٣١- الجمال، راسم محمد وخيري معوض عياد، إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥م.

٣٢- خير، عامر محمد، تعلم الانترنيت في أسبوع،لبنان، دار عالم الثقافة، ٢٠٠٤م.

٣٣- الخفاجي، عباس خضير، الإدارة الاستراتيجية، المدخل والمفاهيم والعمليات، الأردن، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م.

٣٤- خلوصي، خالدة ناطق، الانترنيت شبكة معلومات العالم، بغداد، الموسوعة الصغيرة (٤٢٥)، دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٩٩م
٣٥- دليلو، فضيل، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م.
٣٦- دويدي، رجاء وحيد ، البحث العلمي أساسيات النظرية وممارساته العلمية، دمشق، دار الفكر المعاصر، ٢٠٠٠.
٣٧- رضوان رأفت، عالم التجارة الالكترونية، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ١٩٩٩م.
٣٨- رابح، صادق، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، العين- الإمارات، دار النشر الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤م.
٣٩- الرمضاني، أياد حسن، المدخل للشبكة التبادلية والبريد الالكتروني، الموصل، دار الرحاب للنشر، ٢٠٠٢م.
٤٠- الزبيدي، فليح، التسويق الحديث، اليمن، المكتبة المركزية، ٢٠٠٠م.
٤١- السامر ،عبد السلام ، الدعاية الأمريكية في العراق،بغداد، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام كلية الآداب، ١٩٩٨.
٤٢- سعد، غالب ياسين وبشير علي العلاف، الأردن، الأعمال الالكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢م.
٤٣- سعيد، أحمد، العمل في ورشة عمل 3DSMax، بيروت، الدار العربية للعلوم، ٢٠٠٠م.
٤٤- سلوم، إلياس، تقنية العلاقات العامة، سوريا، دار الرضا للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠م.
٤٥- شني، مها ، استخدام الراديو في الحرب النفسية، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٨٥.
٤٦- الشافعي، عبد المحسن سلمان،بغداد، الإعلان في الصحافة العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، شباط/ ١٩٨٩.
٤٧- شنا عمري، معتصم، التعرف على لغة HTML،سوريا، دار الرضا للنشر، ٢٠٠١م.
٤٨- شلبايا، مراد، مقدمة للشبكات، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢م.
٤٩- الشامي، لبنان هاتف، العلاقات العامة في الإدارة، الأردن، المركز القومي، ٢٠٠١م.
٥٠- صادق، عباس مصطفى، الصحافة والكومبيوتر: مدخل إلى الاستقصاء الصحافي لمساعدة الكومبيوتر، بيروت، الدار العربية للعلوم، ط١، ٢٠٠٥م.
٥١- صادق، عباس مصطفى، صحافة الانترنيت قواعد النشر الالكتروني الصحافي الشبكي،بيروت،العربيةللعلوم، ط١، ٢٠٠٣م.

٥٢- العبيدي، خالد، أنت والانترنيت كل ما تحتاجه من الشبكة العالمية، بغداد، دار الرشد للطباعة والتوزيع، ٢٠٠١م.

٥٣- عبود، طلال، التسويق عبر الانترنيت، سوريا، دار الرضا للنشر، ٢٠٠٠م.

٥٤- عبد المعطي، جمال، الانترنيت واستخداماته المطورة،القاهرة، مطابع المكتب المصري الحديث، ١٩٩٧م.

٥٥- عجوه علي، الأُسس العلمية للعلاقات العامة، القاهرة، دار سجل العرب، ط١، ١٩٨٥م.

٥٦- عجوة، علي، مقدمة في العلاقات العامة،القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، ١٩٩٩م.

٥٧- علي، نبيل، تحديات عصر المعلومات،القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكُتاب، ٢٠٠٣م.

٥٨- عبد الوهاب، أكرم، التجارة الالكترونية، القاهرة، مكتبة ابن سينا للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م.

٥٩- عبيدات، ذوقان، وآخرون، البحث العلمي، مفهومه وأدواته وأساليبه، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٨م.

٦٠- عبد الله، نسرين رياض، العلاقات العامة من منظور مثالي، على مواقع الانترنيت، الإمارات المتحدة، تشرين الثاني ٢٠٠٢م.

٦١- عثمان محمد، ومصطفى ربحي، مناهج البحث العلمي النظرية والتطبيق، عمان، دار صفا للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠م.

٦٢- العالم، صفوت محمد، فنون العلاقات العامة، كلية الإعلام، القاهرة، ٢٠٠٢م.

٦٣- العبدلي، قحطان بدر، ود.م. سمير عبد الرزاق، الترويج والإعلان، الأردن، دار زهران للنشر والتوزيع، ط٣، ١٩٩٦م.

٦٤- العساف، صالح بن حمد ، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية،الرياض، شركة العبيكان للطباعة والنشر،١٩٨٩،

٦٥- العيدي ،حسن ، وسائل الاتصال بالجماهير،بغداد، بحث منشور في مجلة حوليات الإعلام،الصادرة عن قسم الإعلام كلية الآداب جامعة بغداد،العدد٢ ،ص،١٩٨٢ .

٦٦- عبد الحميد، محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية،القاهرة، دار الكتب، جامعة القاهرة، ٢٠٠٠م.

٦٧- الغالبي، طاهر محسن، أحمد شاكر العسكري، الإعلان مدخل تطبيقي، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م.

٦٨- فلحي، محمد، صناعة العقل في عصر الشاشة: دور وسائل الاتصال الكونية في المجتمع المعاصر للتلفزيون والانترنيت والحاسبات الالكترونية، عمان- الأردن، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٣م.
٦٩- الفيصل عبد الأمير، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، عمان، دار الشروق، ط١، ٢٠٠٦م.
٧٠- فهمي، هيثم نيازي، رحلة عبر الشبكة الدولية الانترنيت، القاهرة، مطابع الزهراء للإعلام العربي، ١٩٩٧م.
٧١- اللبان، شريف درويش، الصحافة الالكترونية لدراسات التفاعلية والتصميم للمواقع، القاهرة،الدار المصرية اللبنانية، ط١، ٢٠٠٥م.
٧٢- اللبان، شريف درويش، تكنولوجيا المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٠م.
٧٣- محمد ،وليد خلف الله ، أخلاقيات العلاقات العامة في الوطن العربي رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة جنوب الوادي/ كلية الآداب/ قسم الإعلام في مصر،٢٠٠٨،منشورة على الانترنيت.
٧٤- اليحياوي، يحيى، في العولمة والتكنولوجيا والثقافة مدخل في تكنولوجيا المعرفة،بيروت، دار الطليعة للنشر، ط١، ٢٠٠٢م.
٧٥- الملحم، حسام وعماد خيري بك، شبكات الانترنيت بنيتها الأساسية وانعكاساتها على المؤسسات، سوريا، دار الرضا للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠م.
٧٦- محمود ،مصطفى محمد ، الإعلان الفعال، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م.
٧٧- الهيتي ،هادي نعمان ، الاتصال بالجماهير التطور الجديد، بغداد، دار الشؤون الثقافة العامة، ١٩٩٨.
٧٨- الهادي، محمد محمد، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، ٢٠٠١م.
٧٩- قنديلجي، عامر إبراهيم، مصادر المعلومات من عصر المخطوطات إلى عصر الانترنيت، الأردن، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٠م.
٨٠- كاظم، محمد حسن، المعلومات نشأة العلم، التقنيات، المستقبل، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، ٢٠٠٥م.
٨١- ماجد، فائزة مصطفى، تعلم Flash MX، الإسكندرية، دار البتراء، ٢٠٠٥م.
٨٢- مجاز، سحر محمد وهبي، محمد منير، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، المدخل الاقتصادي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط٢، ١٩٩٩م.

٨٣- محمد، عبد الرزاق، العلاقات العامة في التطبيق، الأردن، دار جرير للنشر، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م.

٨٤- نجم، عبود نجم، إدارة المعرفة المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، الأردن، مؤسسة الورّاق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م.

٨٥- الهاشمي، المجد، تكنولوجيا رسائل اتصال جماهيري: مدخل الاتصال وتقنياته الحديثة: عمان، دار أسامة للنشر، ط١، ٢٠٠٤م.

٨٦- نادر، جمال، أساسيات ومفاهيم التجارة الالكترونية، عمان، دار الإسراء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م.

٨٧- نصر، حسين محمد، الانترنيت والإعلام: الصحافة الكترونية، بيروت، الناشر مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٠م

٨٨- نصر، حسين محمد ، الانترنيت والإعلام، الصحافة الالكترونية، الكويت، مكتبة الفلاح،ط٢ ، ٢٠٠٣.

٨٩- نصر، حسني، وسناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، ط٢، ٢٠٠٤م.

ثالثاً: الكتب الأجنبية المترجمة:

٩٠- ويليام وجاي جينون، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، تريفور ترجمة احمد طلعت البشيشي، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٥م.

٩١- فيليبس، ديفيد، العلاقات العامة عبر الانترنيت، القاهرة، ترجمة شعبة العلوم الاقتصادية والإدارية، دار الفاروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م.

٩٢- فيكر، أليسون،العلاقات العامة مرجع عملي شامل، الأردن، ترجمة: عبد الحكم خزامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م.

٩٣- فاربي، فن الإعلان كيف تنتج وتدير إعلانا فعالاً وحملة إعلانية ناجحة، القاهرة، ترجمة عبد الحكم أحمد، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م.

٩٤- لوجندر، برلتران، ترجمة د.م. أسامة نبيل ود.م. عماد إبراهيم، مهن النشر ،القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، ٢٠٠٧م

٩٥- مارتان، روبير، ترجمة د. عبد القادر المهيري لكتاب مدخل لفهم اللسانيات، بيروت، توزيع المنظمة العربية للترجمة والتوزيع- مركز دراسات الوحدة العربية، ط١، أيلول ٢٠٠٧م.

٩٦- مكفيل، توماس، أي، الإعلام الدولي النظريات، الاتجاهات والملكية، الإمارات، ترجمة محمد نصر وعبد الله الكندي، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٣م.

٩٧- . سكوت، روبيرت جيلام، أُسس التصميم، القاهرة- مصر، ترجمة عبد الباقي محمد إبراهيم، مؤسسة فرانكلين للطباعة، دار نهضة، ١٩٨٠م.
٩٨- ويليامز، روبن، كتاب الويب لغير المصممين، بيروت، الدار العربية للعلوم، ٢٠٠٠م.
٩٩- يغنز،اسابير بورك،التاريخ الاجتماعي للوسائط من غتبرغ إلى الانترنيت،ترجمة مصطفى محمد قاسم ،سلسلة عالم المعرفة العدد (٣١٥)أيار ٢٠٠٥م.
١٠٠- (11) ALTERMIN. B ،JOHN ترجمة عبد الله الكندي إعلام جديد سياسية جديدة، غزة- فلسطين، جامعة سلطان كابوس الناشر دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٣م
رابعاً: الكتب الأجنبية:
101- Arens, Willim F, contemporary Advertising, 7 edition, Boston, Irwin – Hill, 1999.
102- Chng K ،Kim: government infatuation and infatuation about government in southest asiai anew erap. 2001.
103- Albert, Walker, the Evolution Of public Relations according to culip And Center. New York, 1986.
104- Bernard Ryan., Advertising for A Small Business Made Simple, First Edition, New York, Doubleady, 1996.
105- Hart, Norman., The Practice of Advertising, Fourth Edition, Oxford, butter worth -Heinemann LTD, 1995.
خامساً: مواقع الانترنيت:
106- http://www.6abib.com/ask/showpost.phpl-5861729/12008
١٠٧- موقع إسلام أون لاين
108- www.islamonline.net/arabicleconomics/2004/4/arabic
١٠٩- mht نشاط العلاقات العامة دوت كوم
110- www.scouts.org.sy/المدونات/tabid/124/EntryID/206/Default.aspx-156k
111- www.alraimedia.com/Temptates/fesave/rticle.aspx?id=25667
112- http://www.arablaw.org.Electronic%20world
113- www.awan.com.kw/node/34107-41k
114- http://vb.arabsgates.com/showpost.php?p=3367163-postcount=1
115- http://www.mawdi3i.net/vb/showpost.php?p=

116- http://sultan.sindbadmall.com/product.asp?storeId=18catId=5&productId=1170

117- http://www.alyaseer.net/vb/showpost.php?p=283628postcount=1

118- www.eqraa.com/html/modules.php

119- www.eqraa.com/html/modules.php?

120- www.lakil.com/vb/announcement.php?f=41-82k

121- http://hotmailclub.com/modules.php?

122- DW-world 27- 6/ 2007موقع دوتشا الألماني

123- www.ltp.ae/www.itep.ae/ARABIC/Educationalcenter/com.net

124- www.alriyadh.com/2007/11/24/articale296403.html

125- www.mprg.com/index.php?ind=blog&op=chart

126- www.midle-east-online.com/technology?id=39060

127- http://www.alyaseer.net/vb/showpost.php?

128- http://www.itep.ae/www.itepae/ARABIC/Educationalcentercommnet/90pher. html

129- http://www.islamonline.net/arabic/science2004/03/articleo. 4shttn

130- http://www.informatus.Gov.sg/magasine/melodules506html

131- www.dw-world-de/dw/article/o2144?1681786,00,html

132- www.itepae/www.itepae/ARABIC/Educatina/center

133- www./arwidipediaorg/widit

134- http://www.zoma.host.sklez/anat.htm

135- http://www.zoma.host.sk/e3/anat.htm

136- http://www.zoma.host.sk/e3/anat.htm

137- http://www.netb2b.com/egi-bin/egi-article/weekly08/11/98

138- http://www.asrv.net/main/ban.html

139- http://www.netb2b.com/egi-bin/egi-article/weekly08/11/98

140- http://www.daraihayat.net/actions/print.php

141- www.albdel.com/show59775.html-49k

١٤٢- ويكيبيديا الموسوعة الحرة wgNotice = varwgNotice Local

143- http://www.icep.ae/Arabic/fducationeenter/internet/asp15/7/2007

144- Copyright. 1997- 2000 Al-Jazirah Corporation. All rights reserved.

- مدونة رشيد فيكاري http://www.Gandare.org

145- http://www.middle-east.online.com/technology?id=390

146- http://www.ornin.org./look/anin/artictcle.tp

147- http://www.alyaseer.net/vb/showtheread.php?=4991

- مدونة رؤوف شبايك http://shabayed.com.blog

- أنظر: موقع www.blogger.com

- مجلة مدارات ArchiveduBlog شبكة المدونات

- مدونة جحا كوم http://johacom.blogspot.com

- شبكة النبأ المعلوماتية www.annaba.org

148- http://www.justinhall.com

149- http://www.aljazeeratald.net

- موقع منال وعلاء http://www.manalaa.net

150- http://www.blogwise.com, http://www.bloglines.com

151- http://www.livejournal.com

١٥٢- هيثم صباح صاحب المدونة http://sabbah.biz/mt

١٥٣- مدونة جار القمر http://jarelkamar.manalaa.net

١٥٤- اتحاد المدونين العرب www.arabictadwin.com/-78k

155- www.airalalaam.com/Templates/fesaveArticle.aspx?id=26081

١٥٦- المدونات باب آخر للحرية www.alarabiya.net/views/2008/1/13

١٥٧- موقع أين رائد http://dearraed.blogspot.com

١٥٨- انظر موقع سي نات نيوز http://bloger.modawanti.com

159- http://dearraed.blogspot.com

160- http://www.6abib.com/ask/showpost.php?=58608&postcounthttp://ww
w.tipsnassij.com/detail.asp.?inewsitemid-24390

161- http://www.6abib.com/ask/showpost. php?

سادساً: الرسائل والأطاريح:

١٦٢-الجميلي، صبا أحمد خماس، العلاقات العامة وشبكة المعلومات العالمية دراسة لاستخدام الشبكة في وزارات التعليم العالي والبحث العلمي والشباب والرياضة والاتصالات، رسالة ماجستير مقدمة لمجلس كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، جامعة بغداد٢٠٠٦م.

١٦٣- رؤوف، زينب ليث عباس محمد الأساليب الفنية للإعلان العراقي في شبكة المعلومات العالمية دراسة مسحية الأساليب الإعلانية في موقع مكتوب عبر الانترنيت رسالة ماجستير مقدمة لمجلس كلية الإعلام وجامعة بغداد٢٠٠٥م.

١٦٤-دياب، وليد خلف الله محمد، أخلاقيات العمل في العلاقات العامة ومدى تطبيقها في واقع الممارسات المهنية في مصر رسالة ماجستير مقدمة لمجلس كلية الآداب/ قسم الإعلام/ جامعة جنوب الوادي في مصر.

١٦٥-الفيصل، عبد الأمير مويت، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي أُطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية الإعلام/ جامعة بغداد، ٢٠٠٤م. ومنشورة بكتاب بنفس العنوان.

١٦٦-الدناني، عبد الملك ردمان، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنيت، رسالة ماجستير منشورة، قسم الإعلام/ كلية الآداب/ جامعة بغداد، ١٩٩٩م.

١٦٧-المغلس، عبد الحكيم، استخدام الانترنيت في وسائل الإعلام العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة قسم الإعلام/ كلية الآداب/ جامعة بغداد، ٢٠٠٢م.

١٦٨- كاظم، هناء، المواد الإخبارية في الانترنيت المنشورة في الصحافة العراقية الانترنيت رسالة ماجستير غير منشورة، مقدمة لمجلس كلية الإعلام/ جامعة بغداد، ٢٠٠٥م.

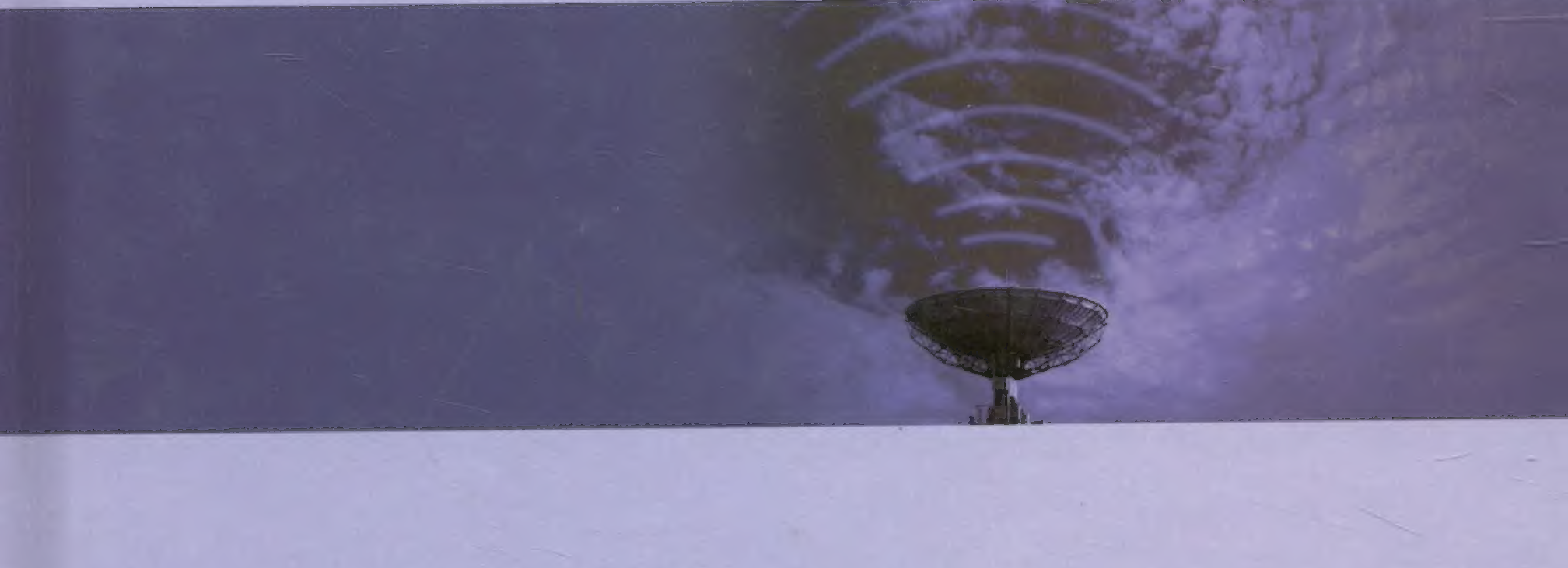
الفهرس

الفصل الثالث

الفصل الرابع

الفصل الخامس

[illegible] مركز البحوث [illegible]



الدعاية والإعلان والعلاقات العامة

في المدونات الإلكترونية


Bibliotheca Alexandrina
1213599


9 789957 801175

www.darfan.com